

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	7
1. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	7
2. Harga .....	14
3. Religiusitas .....	20
4. Kualitas Produk .....	21
5. Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	35
B. Setting Penelitian.....	36
C. Populasi Dan Sampel.....	36
D. Desain Dan Definisi Operasional Variabel.....	37
E. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Teknik Analisis Data .....	43
1. Uji Asumsi Klasik .....	43
a. Uji Mulikolinieritas.....	43
b. Uji Autokorelasi .....	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	44

d. Uji Normalitas .....	44
2. Analisis Data .....	44
a. Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	44
b. Uji Signifikansi Simultan F.....	45
c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	45
d. Analisis Regresi Berganda .....	45
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	47
1. Gambaran Umum Desa Pasucen .....	47
2. Sejarah Ar-Rafi.....	47
B. Gambaran Umum Responden.....	48
1. Deskripsi Identitas Responden .....	48
2. Deskripsi Variabel Responden .....	50
C. Hasil Uji Instrumen .....	58
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reliabilitas.....	60
D. Uji Asumsi Klasik .....	60
1. Uji Multikolinieritas .....	60
2. Uji Autokorelasi .....	61
3. Uji Normalitas .....	62
4. Uji Heteroskedastisitas .....	63
E. Hasil Analisis Data .....	64
1. Koeisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
2. Uji Signifikansi Simultan F.....	65
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	65
4. Analisis Regresi Berganda .....	68
F. Pembahasan Penelitian .....	69
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ar-Rafi .....	69
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ar-Rafi .....	70
3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ar-Rafi .....	71
4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ar-Rafi .....	71
5. Pengaruh Citra Merek, Harga, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ar-Rafi .....	72
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	73
B. Implikasi Penelitian .....	74

C. Keterbatasan Penelitian .....	75
D. Saran.....	75
E. Penutup.....	75

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 4.1: Gambaran Umum Desa Pasucen .....	47
Tabel 4.2: Umur Responden.....	49
Tabel 4.3: Pendidikan Terakhir Responden .....	49
Tabel 4.4: Frekuensi Variabel Citra Merek .....	50
Tabel 4.5: Frekuensi Variabel Harga.....	51
Tabel 4.6: Frekuensi Variabel Religiusitas.....	53
Tabel 4.7: Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.8: Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.9: Hasil Uji Validitas Instrumen.....	58
Tabel 4.10: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	60
Tabel 4.11: Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.12: Hasil Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.13: Hasil Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.14: Hasil Statistik Uji F.....	65
Tabel 4.15: Hasil Uji Statistik t Parsial .....	66
Tabel 4.16: Hasil Uji Regresi Berganda.....	68

