

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI.....	ii
PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	7
C.Tujuan Penelitian.....	7
D.Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A.Psychological Theory	11
B.Keputusan Pembelian	12
1.Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.Model manusia dalam pengambilan keputusan pembelian	13
3.Tahap Dalam Keputusan Pembelian.....	14
C.Bauran Pemasaran Syariah	15
1.Pengertian Pemasaran Syariah	15
2.Tujuan Pemasaran Syariah	15
3.Pengertian Bauran Pemasaran Syariah	16
4.Komponen Bauran Pemasaran Syariah	17
D.Faktor Psikologi	25
1.Pengertian Faktor Psikologi	26
2.Faktor Psikologi Utama.....	26
E.Penelitian Terdahulu	29
F.Kerangka Pemikiran.....	35
G.Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A.Jenis dan Pendekatan.....	38
B.Setting / Tempat Penelitian.....	38
C.Sumber Data	38
E.Desain dan Definisi Operasional Variabel	40

F.Teknik Pengumpulan Data	43
G.Uji Validitas dan Realibitas Instrumen	44
H.Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..	51
A.Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B.Gambaran Umum Responden	53
C.Deskripsi Data Penelitian	57
D.Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
E.Hasil Uji Asumsi Klasik	64
F.Hasil Analisis Data	68
G.Pembahasan dan Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP	77
A.Simpulan	77
B.Keterbatasan Penelitian	77
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand dari tahun 2018 sampai 2020..	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	53
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.	54
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan...	55
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	56
Tabel 4. 6 Frekuensi Bauran Pemasaran Syariah.....	57
Tabel 4. 7 Frekuensi Faktor Psikologi	58
Tabel 4. 8 Frekuensi Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Non Responden.....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden	63
Tabel 4. 11 Uji validitas Responden.....	64
Tabel 4. 12 Uji Reliabelitas Responden	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik T	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	73
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Zoya Kudus.....	51
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedasitas	68
Gambar 4. 3 Uji Normalitas	69

