

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Deskripsi Teori.....	8
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Direncanakan).....	8
2. Pemasaran	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Konsep Pemasaran	10
3. Manajemen Pemasaran	10
4. Harga	11
a. Definisi Harga	11
b. Tahapan Dalam Penetapan Harga	12
c. Indikator Harga	13
5. Kualitas Produk.....	14
a. Pengertian Produk.....	14
b. Pengertian Kualitas Produk.....	15
c. Dimensi Kualitas Produk	16
d. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas	16
e. Indikator Kualitas Produk	17
6. Inovasi Produk	18
a. Pengertian Inovasi Produk	18
b. Tujuan Inovasi Produk	19
c. Tipe Inovasi Produk	20

d. Indikator Inovasi Produk.....	21
7. Keputusan Pembelian.....	22
a. Definisi Keputusan Pembelian	22
b. Keputusan Pembelian Dalam Islam	23
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan Pembelian	24
d. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	27
e. Indikator Keputusan Pembelian	30
8. Perilaku Konsumen	30
a. Pengertian Perilaku Konsumen	30
b. Lingkup Perilaku Konsumen.....	30
c. Indikator Perilaku Konsumen	31
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	38
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Objek Penelitian	48
a. Sejarah Lahirnya Batik Tawungsari di Desa Tawangrejo, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati	48
b. Letak Geografis.....	49
c. Visi dan Misi Batik Tawungsari.....	50
d. Tujuan Batik Tawungsari	50
e. Struktur Kepengurusan Batik Tawungsari	50
f. Motif Batik Tulis Tawungsari	50
g. Gambaran Responden	51
1) Responden Berdasarkan Gender	52
2) Responden Berdasarkan Usia.....	52
3) Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
2. Analisis Data.....	53
a. Uji Validitas.....	53

b. Uji Reliabilitas	55
c. Uji Asumsi Klasik.....	55
1) Uji Normalitas	55
2) Uji Multikolinearitas.....	56
3) Uji Heterokedastisitas	57
d. Uji Statistik	58
1) Uji Regresi Linear Berganda.....	58
2) Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square).....	60
3) Uji t (Parsial).....	60
4) Uji F (Simultan).....	61
B. Pembahasan	62
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	62
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Tawungsari	65
BAB V PENUTUP	67
A. Simpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas pada Variabel Harga (X1)	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Produk (X2)	
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas pada Variabel Inovasi Produk (X3)	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas pada Kolmogorov-Smirnov.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Glejser.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan Variabel X1, X2, X3 terhadap Y	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 27
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir 34

