

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Singkatan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen	11
B. Proses Keputusan Pembelian	13
C. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam	16
D. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
E. Islamic Branding	18
F. Indikator Islamic Branding.....	23
G. Religiusitas	24
H. Perilaku Konsumen	33
I. Kerangka Berfikir.....	35
J. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. <i>Setting</i> Penelitian	38
C. Sumber Data	39
D. Pupulasi dan Sampel.....	40
E. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian	41

F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Diskripsi Responden.....	64
C. Diskripsi Data Penelitian	66
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	69
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
F. Hasil Analisis Data	75
G. Pembahasan	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR SINGKATAN

IAIN	: Institut Agama Islam Negeri.
FEBI	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
MBS	: Manajemen Bisnis Syariah.
STS	: Sangat Tidak Setuju.
TS	: Tidak Setuju.
N	: Netral.
S	: Setuju.
SS	: Sangat Setuju.
LPM	: Lembaga Penjaminan Mutu.
SPSS	: <i>Statistical Product And Service Solutions.</i>
CV	: <i>Commanditaire Vennotscha</i>

