

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Desain Produk.....	8
a. Pengertian Desain Produk.....	8
b. Tujuan Desain Produk.....	9
c. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Merancang Desain Produk.....	10
d. Desain Produk Dalam Islam.....	11
2. Promosi.....	14
a. Pengertian Promosi.....	14
b. Fungsi Promosi.....	15
c. Tujuan Promosi.....	16
d. Alat-alat Untuk Promosi.....	17
e. Promosi Ditinjau Dari Pemikiran Ekonomi Islam.....	17
3. Brand Image.....	21
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	21
b. Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	22
c. Manfaat Citra Merek.....	22
d. Indikator-indikator <i>Brand Image</i>	23
e. Brand Dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	23
4. Keputusan Pembelian.....	25
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25

b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
c. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam ...	27
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
C. Sumber Data.....	33
1. Data Primer.....	33
2. Data Sekunder.....	33
D. Identifikasi Variabel.....	34
1. Variabel Independen.....	34
2. Variabel Dependen.....	34
E. Variabel Operasional.....	34
F. Metode Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reliabilitas.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	36
a. Uji Normalitas.....	36
b. Uji Heterokedastisitas.....	37
c. Uji Multikolinieritas.....	37
d. Uji Autokorelasi.....	37
3. Teknik Pengumpulan Data.....	38
a. Kuesioner (Angket).....	38
b. Wawancara.....	38
c. Dokumentasi.....	39
4. Uji Hipotesis.....	39
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	39
c. Uji T.....	40
d. Uji F.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Gambaran Objek Penelitian.....	42
2. Deskripsi Responden.....	46
3. Deskripsi Data Penelitian.....	47
B. Analisis Data.....	53
a. Uji Validitas.....	53

b. Uji Reliabilitas.....	55
c. Uji Asumsi Klasik	55
d. Uji Hipotesis	59
C. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	47
Tabel 4.4 Responden Variabel <i>Product Design</i>	47
Tabel 4.5 Responden Variabel <i>Promotion</i>	49
Tabel 4.6 Responden Variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4.7 Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Design</i>	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ...	54
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.13 Uji Kolmogorov Smirnov.....	56
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.16 Uji Analisis Regresi Berganda	59
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi.....	60
Tabel 4.18 Uji Parsial T.....	61
Tabel 4.19 Uji Simultan F	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Kesadaran Merek.....	2
Gambar 1.2 Brand Image	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1 Produk Tas Spunbond.....	44
Gambar 4.2 Produk Tas Blacu.....	44
Gambar 4.3 Produk Tas Kertas.....	45
Gambar 4.4 Produk Tas Travel Bag Mika.....	45
Gambar 4.5 Scatterplot.....	57

