

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II PEMBAHASAN.....	7
A. Tinjauan Pustaka	7
B. Landasan Teori.....	10
1. Teori Kepuasan Konsumen Muslim	10
a. Pengertian Keputusan Membeli.....	10
2. Harga	17
a. Pengertian Harga	17
b. Cara Penetapan Harga	17

c. Tujuan Penetapan Harga.....	20
d. Jenis-jenis Harga.....	21
3. Produk.....	23
a. Pengertian Produk.....	23
b. Tingkatan Produk	24
c. Klasifikasi Produk	26
d. Pengembangan Produk	29
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Jenis dan Sumber Data.....	33
B. Variabel-variabel Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	40
2. Uji Asumsi Klasik	41
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	44
4. Uji Koefisien Determinasi	44
5. Uji Hipotesis	45
a. Pengujian hipotesis secara sendiri (Uji T).....	45
b. Pengujian hipotesis secara bersama (Uji F).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Deskripsi Data.....	48
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	48
2. Profil Responden	50
B. Hasil Penelitian	51
1. Tanggapan responden pada variabel Harga (X_1).....	51
2. Tanggapan responden pada variabel Produk (X_2).....	52

3. Tanggapan responden pada variabel Keputusan Membeli (Y)	53
C. Analisis Data	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas.....	57
D. Uji Asumsi Klasik	58
1. Uji Normalitas	59
2. Uji Multikolinieritas	61
3. Uji Heteroskedastisitas	62
E. Uji Hipotesis.....	63
1. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Rabbani.....	63
2. Analisis Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Rabbani.....	68
3. Analisis Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli	72
F. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Membeli.....	77
2. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Membeli.....	77
3. Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli	78
BAB V PENUTUP	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86