

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Penelitian.....	9
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	11
1. Pengertian Braand Image .....	11
a. Pengertian Brand image .....	11
b. Tujuan Brand Image .....	11
c. Faktor Pembentuk Brand Image .....	12
d. Komponen Brand Image .....	13
2. Product Quality .....	15
a. Pengertian Product Quality .....	15
b. Dimensi dan Indikator Product Quality .....	16
c. Product Quality dalam Perspektif Islam .....	18
3. E Promotion .....	20
a. Pengertian Lingkungan E Promotion.....	20
b. Bauran Promosi .....	22
c. Aspek E Promotion.....	26
4. Keputusan Pembelian.....	27
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
b. Faktor Pengaruh dalam Pilihan Konsumen .....	28
c. Proses Pengambilan Keputusan .....	29

d. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam..	31
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Berfikir .....	35
D. Hipotesis .....	36

### BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan .....	39
B. Sumber Data .....	39
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Variable Penelitian.....	42
E. Definisi Operasional .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	46
H. Uji Asumsi Klasik.....	47
I. Teknik Analisis Data .....	50

### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52
1. Sejarah Singkat CV. Seleksi Alam Muria.....	52
2. Letak Geografis.....	53
3. Visi, Misi CV. Seleksi Alam Muria.....	53
4. Struktur Organisasi CV. Seleksi Alam Muria.....	53
5. Produk CV. Seleksi Alam Muria .....	54
B. Deskripsi Responden .....	55
1. Usia Responden .....	55
2. Jenis Kelamin Responden.....	55
3. Pekerjaan Responden .....	56
4. Analisis Responden.....	56
a. Variabel Brand Image (X1) .....	56
b. Variabel Product Quality (X2).....	58
c. Variabel E-Promotion (X3) .....	59
d. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
C. Analisis Data.....	62
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
a. Uji Validitas Instrumen.....	62
b. Uji Reliabilitas Instrumen .....	63
2. Uji Asumsi Klasik.....	64
a. Uji Normalitas .....	64
b. Uji Multikolinearitas.....	66
c. Uji Heterokedastisitas .....	66

3. Uji Hipotesis .....	68
a. Uji Parsial .....	68
b. Uji Simultan.....	70
c. Koefisien Determinasi .....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71

**BAB V: PENUTUP**

A. Simpulan .....	79
B. Keterbatasan Penelitian .....	80
C. Saran .....	80
D. Penutup .....	81

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 : Definisi Operasional .....	43
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.2 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.3 : Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4 : Frekuensi Variable Brand Image .....	56
Tabel 4.5 : Frekuensi Variable Product Quality .....	58
Tabel 4.6 : Frekuensi Variabel E promotion.....	59
Tabel 4.7 : Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.10 : Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4.12 : Hasil Uji Multikolonieritas .....	66
Tabel 4.13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
Tabel 4.14 : Hasil Uji Hipotesis.....	68
Tabel 4.15 : Hasil Uji Parsial .....	68
Tabel 4.16 : Hasil Uji Simultan .....	70
Tabel 4.17 : Hasil Uji Koefisien Determinan .....	71

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir ..... 36  
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas ..... 65  
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 67

