DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

PERSEMBAHAN v

MOTTO vii

ABSTRAK ix

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR TRANSLITERASI xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Kegunaan Hasil Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA 8

A. Landasan Teori 8
B. Penelitian Terdahulu yang Releven 43
C. Kerangka Konseptual 46
D. Hipotesis 46

BAB III METODE PENELITIAN 48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Jenis Penelitian 48
B. Waktu dan Tempat Penelitian 48
C. Populasi dan Sampel Penelitian 48
D. Variabel Penelitian 50
E. Definisis Operasional 51
F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas 53
G. Data dan Sumber Data 55
H. Teknik Pengumpulan Data 56
I. Teknik Analisis Data 59

BAB IV HASIL PENELITIAN 65

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 65
B. Karakteristik Responden 70
C. Analisis Data 79

BAB V PEMBAHASAN 95

A. Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas secara Simultan terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya 95
B. Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas secara Parsial terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya 95
C. Analisis 96

BAB VI PENUTUP 108

A. Kesimpulan 104
B. Saran 104

DAFTAR PUSTAKA 106

LAMPIRAN 111

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan 47

2.2 Kerangka Konseptual.....49

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....73

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....74

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....74

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....75

4.5.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....76

4.6.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....76

4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....77

4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kuantitas Kunjungan.....77

4.9 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Label Syariah.....78

4.10 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....79

4.11 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas.....80

4.12 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Niat Pembelian Ulang.....81

4.13 Hasil Uji Validitas Label Syariah.....83

4.14 Hasil Uji Validitas Harga.....83

4.15 Hasil Uji Validitas Fasilitas.....83

4.16 Hasil Uji Validitas Niat Pembelian Ulang.....84

4.17 Hasil Uji Reabilitas.....84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.18 Hasil Uji Multikolineritas.....86

4.19 Nilai Tolerance dan VIF.....86

4.20 Hasil Uji Autokolerasi.....87

4.21 Durbin Watson Test Bound.....88

4.22 Hasil Uji Heterokedesitas.....89

4.23 Hasil Uji Heteroskedesitas Method Stepwise.....90

4.24 Grafik Uji Normalitas.....91

4.25 Hasil Uji Normalitas Analisis Statistik.....93

4.26 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Model Perilaku Konsumen.....10

2.2 Proses Pembelian.....12

2.3 Siklus Pembelian.....19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id