DAFTAR ISI

COVER (SAMPUL) .....
HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN PENGUJI.....iii
MOTTO iv
PERSEMBAHAN.....v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....vi
ABSTRAK.....vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI.....xi
DAFTAR TABEL.....xiv
BAB I PENDAHULUAN.....1
A. Latar Belakang Masalah. 2
B. Rumusan Masalah.....5
C. Tujuan Penelitian. 5
D. Manfaat Penelitian. 5
E. Definisi Operasional. 6
F. Sistematika Pembahasan.....7
BAB II : KERANGKA TEORITIK. 9
Penelitian Terdahulu yang Relevan. 9
A. Kerangka Teori. 11
1. Kualitas Produk.....11
a. Pengertian Kualitas Produk.....11
b. Dimensi Kualitas Produk. 11
c. Klasifikasi Kualitas Produk.....13
d. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli.....20
e. Kualitas Produk Menurut Perspektif Islam.....20
2. Word of Mouth.....24
a. Pengertian Word of Mouth. 21
b. Jenis-jenis Word of Mouth.....21
c. Tahap-tahap tercitanya Word of Mouth.....22
d. Karakteristik Word of Mouth.....23
e. Pengaruh Word of Mouth terhadap keputusan membeli konsumen. 24
f. Word of Mouth menurut Islam. 24
3. Keputusan Pembelian Konsumen.....25
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....25
b. Tahap-tahap konsumen mengambil keputusan membeli. 25
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian.....28
d. Keputusan Pembelian menurut perspektif islam.....40
B. Paradigma Penelitian. 41
C. Hipotesis. 41
BAB III : METODELOGI PENELITIAN. 43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian. 43

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

B. Objek Penelitian. 43
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling. 44
D. Variabel dan Indikator PenelitianTahap-tahap Penelitian. 45
E. Tahap-Tahap Penelitian. 52
F. Teknik Pengumpulan Data. 54
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian. 55
H. Teknik Analisa Data. 58
BAB IV : HASIL PENELITIAN. 60
A. Gambaran tentang Objek Penelitian. 60
1. Profil Usaha Rumah Dannis. 60
2. Motto. 60
3. Visi dan Misi. 61
B. Penyajian Data. 61
1. Data Demografi Responden. 61
2. Karakteristik Jawaban Responden. 62
a. Kualitas Produk. 62
b. Word of Mouth. 66
c. Keputusan Pembelian 68
3. Uji Validitas Instrumen Penelitian. 74
a. Variabel Kualitas Produk 74
b. Variabel Word of Mouth. 75
c. Variabel Keputusan Pembelian. 76
4. Uji Realibitas Instrumen Penelitian. 78
a. Variabel Kualitas Produk. 78
b. Variabel Word of Mouth. 78
c. Variabel Keputusan Pembelian. 79
5. Analisa Data. 80
a. Analisis Korelasi Rank-Spearman. 80
b. Uji Hipotesis. 81
c. Nilai Pengaruh. 82
6. Pembahasan. 83
BAB V : KESIMPULAN. 85
A. Kesimpulan Dan Saran. 85
B. Keterbatasan Penelitian. 86
DAFTAR PUSTAKA. 87
LAMPIRAN. 88

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