DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
MOTTO v
ABSTRAK vi
PERSEMBAHAN vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR DIAGRAM xv
DAFTAR TRANSLITRASI xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Kegunaan Hasil Penelitian 6
BAB II KAJIAN PUSTAKA 7
A. Landasan Teori 7
1. Keputusan Konsumen 7
a. Faktor-faktor Keputusan 8
b. Proses Pengambilan Keputusan 9
c. Konsumen Muslim 11
2. Komunikasi 13
a. Model Komunikasi 14
b. Iklan 15

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. Penelitian Terdahulu yang Relevan 26
C. Kerangka Konseptual 29
D. Hipotesis 30
BAB III METODE PENELITIAN 31
A. Jenis Penelitian 31
B. Waktu dan Lokasi Penelitian 31
C. Populasi dan Sampel Penelitian 32
D. Variabel Penelitian 33
E. Definisi Operasional 34
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 34
G. Data dan Sumber Data 37
1. Data 37
2. Sumber Data 37
H. Teknik Pengumpulan Data 38
I. Teknik Analisis Data 40
1. Uji Asumsi Klasik 40
2. Analisis Regresi Linier Sederhana 41
3. Uji Hipotesis 42
BAB IV HASIL PENELITIAN 45
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 45
1. Lokasi penelitian 45
2. Biografi Mamah Dedeh 50
3. Perusahaan Larutan Cap Kaki Tiga 52
4. Karakteristik Responden 53
B. Analisis data 59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas 59
2. Uji Asumsi Klasik 61
3. Analisis Regresi Linier Sederhana 63
4. Uji Hipotesis 65
BAB V PEMBAHASAN 68

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

BAB VI PENUTUP 74
A. Kesimpulan 74
B. Saran 75
DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN 80

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

TABEL

Tabel Halaman

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu 28
3.1 Definisi Operasional 34
3.2 Alternatif Tanggapan..... 39
4.1 Uji Validitas *Endorser* Mamah Dedeh..... 59
4.2 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... 60
4.3 Uji Reliabilitas Instrumen 61
4.4 Uji Normalitas 62
4.5 Uji Heteroskedastisitas..... 63
4.6 Hasil Regresi Linier Sederhana 64
4.7 Uji F 65
4.8 Uji t 66
4.9 Uji Determinasi..... 67

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 Halaman

2.1 Kerangka Konseptual Mamah Dedeh dan Keputusan Konsumen 29
4.1 Struktur Organisasi Kampung Wonokusumo..... 46
4.2 Seksi Pengurus Kampung Wonokusumo..... 47

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 DIAGRAM

Diagram Halaman

4.1 Jenis Kelamin Warga Kampung..... 54
4.2 Usia Warga Kampung..... 55
4.3 Pekerjaan Warga Kampung Wonokusumo..... 56
4.4 Tingkat Pendidikan Warga Kampung Wonokusumo..... 57
4.5 Pendapatan Warga Kampung..... 58

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