

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN OTENTITAS SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional.....	7
1. <i>Product Attribute</i>	7
a. Kualitas	7
b. Fitur Produk	7
c. Desain Produk	8
d. Merek	9
e. Kemasan.....	9
f. <i>Labelling</i>	10
g. Layanan Pelengkap	10
2. <i>Purchasing Decision</i>	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II : KAJIAN TEORITIK.....	13
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	13
B. Kerangka Tori	16
1. Kajian Tentang Product Attribute	16
a. Definisi.....	16
1) Product.....	16
2) Attribute.....	19

3) Product Attribute	19
b. Unsur-Unsur <i>Product Attribute</i>	20
1) Kualitas Produk	20
2) Fitur Produk	21
3) Desain Produk	21
4) Merek	22
5) Kemasan	24
6) <i>Labelling</i>	25
7) Layanan Pelengkap	26
2. Kajian Tentang Purchasing Decision	27
a. Definisi	27
b. Tahap-Tahap Purchasing Decision	28
1) Pengenalan Kebutuhan	29
2) Pencarian Informasi	30
3) Evaluasi Alternatif	30
4) Keputusan Pembelian	31
5) Perilaku Purna Pembelian	31
3. Kajian Tentang Pentingnya Product Attribute Terhadap Purchasing Decision	33
C. Perspektif Islam	34
1. Strategi Produk Sebagai Pemasaran	34
a. Pemasaran Syari'ah	34
b. Strategi Produk Dalam Islam	35
1) Kualitas	35
2) Keistimewaan	39
3) Desain, Gaya, Dan Kemasan	40
D. Paradigma Penelitian	41
E. Hipotesis Penelitian	42

Bab III : METODE PENELITIAN43

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	43
C. Populasi, Sampel, Dan Teknis Sampling	43
D. Variabel Dan Indikator Penelitian	45
1. Variabel Penelitian	45
2. Indikator Penelitian	47
E. Tahap-Tahap Penelitian	49
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Teknik Validitas Instrumen	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	54
H. Teknik Analisa Data	55
1. Uji Asumsi Dasar	55
a. Uji Normalitas	55
2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	55
a. Uji Multikolinieritas	55
b. Uji Heteroskedastisitas	56
3. Analisis Regresi Linier Berganda	56

a.	Analisa Korelasi Ganda (R)	57
b.	Analisis Determinasi	58
4.	Pengujian Hipotesis.....	58
a.	Uji Koefisien Regresi Secara Simultan.....	58
b.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial	59
Bab IV : HASIL PENELITIAN.....		60
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
1.	Sejarah.....	60
a.	Company History	60
b.	Ide Awal	60
c.	Perkembangan.....	61
2.	Visi Dan Company Statement.....	62
3.	Lokasi.....	63
B.	Penyajian Data	63
1.	Karakteristik Responden	63
a.	Jenis Kelamin.....	64
b.	Usia	65
c.	Pendidikan.....	65
d.	Pekerjaan.....	66
e.	Frekuensi Pembelian	67
f.	Produk Yang Sering Dibeli	68
2.	Karakteristik Jawaban Responden	69
a.	Kualitas	69
b.	Fitur Produk	71
c.	Desain Produk	73
d.	Merek Produk.....	74
e.	Kemasan	76
f.	<i>Labelling</i>	77
g.	Layanan Pelengkap	79
h.	<i>Purchasing Decision</i>	81
3.	Validitas Instrumen	83
a.	Variabel Kualitas.....	84
b.	Variabel Fitur	84
c.	Variabel Desain.....	85
d.	Variabel Merek.....	86
e.	Variabel Kemasan	86
f.	Variabel <i>Labelling</i>	87
g.	Variabel Layanan Pelengkap.....	88
h.	Variabel <i>Purchasing Decision</i>	89
4.	Reliabilitas Instrumen	89
5.	Uji Asumsi Dasar	91
a.	Normalitas	91
6.	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	93
a.	Uji Multikolinieritas.....	93
b.	Uji Heteroskedastisitas.....	94
7.	Analisis Regresi Linier Berganda	95
a.	Analisis Korelasi Ganda.....	98

b. Analisis Determinasi	99
C. Pengujian Hipotesis.....	100
1. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)	100
2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	102
a. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kualitas.....	102
b. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Fitur Produk.....	104
c. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Desain Produk.....	105
d. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Merek.....	106
e. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kemasan	107
f. Pengujian Koefisien Regresi Variabel <i>Labelling</i>	109
g. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Layanan Pelengkap.....	110
D. Pembahasan Hasil Penelitian	111
Bab V : PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	115
C. Keterbatasan Penelitian.....	116

Daftar Pustaka

Lampiran

Biografi peneliti

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Usia	65
Tabel 4.3 Pendidikan.....	66
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	66
Tabel 4.5 Fekkuensi Pembelian	67
Tabel 4.6 Produk yang sering Dibeli.....	68
Tabel 4.7 Kualitas	69
Tabel 4.8 Fitur Produk	71
Tabel 4.9 Desain Produk.....	73
Tabel 4.10 Merek	75
Tabel 4.11 Kemasan.....	76
Tabel 4.12 <i>Labelling</i>	77
Tabel 4.13 Layanan Pelengkap	79
Tabel 4.14 <i>Purchasing Decision</i>	82
Tabel 4.15 Hasil Validasi Instrumen Variabel Kualitas.....	84
Tabel 4.16 Hasil Validasi Instrumen Variabel Fitur	85
Tabel 4.17 Hasil Validasi Instrumen Variabel Desain.....	85
Tabel 4.18 Hasil Validasi Instrumen Variabel Merek	86
Tabel 4.19 Hasil Validasi Instrumen Variabel Kemasan	87
Tabel 4.20 Hasil Validasi Instrumen Variabel <i>Labelling</i>	87
Tabel 4.21 Hasil Validasi Instrumen Variabel Layanan Pelengkap	88
Tabel 4.22 Hasil Validasi Instrumen Variabel <i>Purchasing Decision</i>	89
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	90
Tabel 4.24 Hasil One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	92
Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinieritas	93

Tabel 4.26 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4.27 Hasil Analisis Korelasi Ganda	99
Tabel 4.28 Hasil Uji F.....	100
Tabel 4.29 Hasil Uji t.....	102

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

	Halaman
Gambar 2.1 Tiga Tingkat Produk.....	17
Gambar 2.2 Peran-Peran Pembelian Konsumen	28
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	29
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot Uji Normalitas	91
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	94