

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah .....	12
1.4 Rumusan Masalah .....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2.1.1.2 Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian .....	16
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.2 Kualitas Produk.....	20
2.1.2.1 Pengertian kualitas produk .....	20
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21

2.1.2.3	Indikator-Indikator Kualitas Produk .....	22
2.1.3	Harga .....	25
2.1.3.1	Pengertian Harga .....	25
2.1.3.2	Tujuan Penetapan Harga .....	26
2.1.3.3	Indikator Harga.....	27
2.2	Penelitian Relevan .....	29
2.3	Kerangka Berpikir .....	32
2.4	Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi .....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	36
3.3.1	Variabel Bebas (Independent Variable).....	37
3.3.2	Variabel terikat (Dependent Variable).....	38
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.1	Penelitian Lapangan .....	39
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	41
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.5.1	Uji Validitas .....	42
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.6	Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.2	Uji Normalitas .....	43
3.6.3	Uji Multikolinieritas .....	44
3.6.4	Uji Heterokedastisitas .....	44
3.6.5	Uji Autokorelasi .....	44
3.6.6	Analisis Regresi Berganda .....	45
3.6.7	Uji Hipotesis .....	45

3.6.7.1	Uji Parsial (Uji t) .....	45
3.6.7.2	Uji Simultan (Uji F) .....	46
3.6.7.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan Halal Mart Business Center 1 Medan....	49
4.1.1	Sejarah.....	49
4.1.2	Motto, Visi dan Misi .....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Identifikasi Responden.....	51
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	52
4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	56
4.4.1.1	Uji Validitas .....	56
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	58
4.5.1	Uji Normalitas.....	59
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	62
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.5.4	Uji Autokorelasi.....	64
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	66
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis .....	67
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	67
4.7.2	Uji Simultan (Uji-F).....	69
4.7.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
4.8	Pembahasan .....	70
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Habbatussauda .....	71
4.8.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Habbatussauda .....	72
4.8.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Habbatussauda.....	74
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>

5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>81</b>

