

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.2. Teori-Teori Perilaku Konsumen	12
2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.3.1. Faktor Budaya.....	15
2.3.2. Faktor Sosial	17
2.3.3. Faktor Pribadi	19
2.3.4. Faktor Psikologi.....	20
2.4. Pengertian dan Ruang Lingkup Produk.....	22
2.4.1. Pengertian Produk	22
2.4.2. Tingkatan Produk	23
2.4.3. Klasifikasi Produk.....	24

2.5. kepuasan konsumen	25
2.6. peran konsumen dalam membeli	27
2.7. keputusan pembelian	29
2.8. Penelitian terdahulu	32
2.9. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi / Objek Penelitian	34
3.2. Operasional Variabel Penelitian	34
3.3. Populasi Dan Sampel	35
3.4. Jenis Dan Sumber Data	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Singkat Toko Madinah Mekkah Pekanbaru.....	38
4.2. Visi dan Misi Toko Madinah Mekkah	39
4.3. Struktur Organisasi pada Toko Madinah Mekkah Pekanbaru .	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Karakteristik Responden	43
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
5.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
5.2. Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen.....	46

5.2.1. Faktor Budaya.....	47
5.2.2. Faktor Sosial	52
5.2.3. Faktor Pribadi.....	56
5.2.4. Faktor Psikologi	61
5.3. Pembahasan	69
BAB VI PENUTUP	
6.1. Kesimpulan.....	72
6.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Data Pengunjung Toko Madinaha Mekah Pekanbaru Tahun 2017.....	4
Tabel 1.2. Daftar Produk Dan Harga Toko Madinah Mekah.....	5
Tabel 1.3. Data Penjualan Produk Toko Madinah Mekah Tahun 2017.....	7
Tabel 2.1. Model Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian	13
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitan.....	34
Tabel 5.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5.2. Karakteristik Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 5.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	45
Tabel 5.4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 5.5. Adat Istiadat Merupakan Pertimbangan Utama Dalam Berbelanja Di Toko Madinah Mekkah.....	48
Tabel 5.6. Ketulusan Hati Karyawan Dalam Memberikan Informasi Tentang Produk Muslim Di Toko Madinah Mekkah	49
Tabel 5.7. Membeli Produk Muslim Dapat Meningkatkan Citra Konsumen Pada Toko Madinah Mekkah	51
Tabel 5.8 Berbelanja Di Toko Madinah Mekkah Karena Rekomendasi Dari Teman	52
Tabel 5.9. Berbelanja Di Toko Madinah Mekkah Dikarenakan Status Sosial....	54
Tabel 5.10 Berbelanja Di Toko Madinah Mekkah Karena Dorongan Keluarga..	55
Tabel5.11 usia menjadi pengaruh kegiatan berbelanja di toko madinah mekkah.	57

Tabel 5.12	berbelanja produk muslim di toko madinah mekkah dipengaruhi jenis pekerjaan saya saat ini.....	59
Tabel 5.13.	berbelanja produk muslim ditoko madinah mekkah ini Karena sesuai dengan pendapatan saya.....	60
Tabel 5.14.	berbelanja produk muslim di toko madinah mekkah ini karena produk yang dijual sesuai dengan trend masa kini	61
Tabel 5.15.	berbelanja di toko madinah mekkah ini karena ada motivasi dalam diri saya untuk berbelanja disini	63
Tabel 5.16	berbelanja di toko madinah mekkah ini karena persepsi terhadap toko baik	64
Tabel 5.17	pengetahuan saya tentang toko madinah mekkah mempengaruhi saya untuk berbelanja.....	64
Tabel 5.18	berbelanjua di toko madinah mekkah karena saya sudah percaya pada toko ini.....	66
Tabel 5.19.	Rekapitulasi Hasil Perhitungan Keseluruhan Factor-Faktor Variabel Perilaku Konsmen	66

Daftar Gambar

Tabel 4.1. Struktur Organisasi.....

41



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau