

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *TAQSITH* DI KOPERASI KONSUMEN SYARIAH
ARRAHMAH BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH
MAULANA



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2019 M/1440 H**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *TAQSITH* DI KOPERASI KONSUMEN SYARIAH
ARRAHMAH BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Islam**

**Oleh:
MAULANA
1401160417**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2019M/1440H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulana
NIM : 1401160417
Tempat/ Tgl. Lahir : Banjarmasin, 7 Agustus 1995
Jurusan : Perbankan Syariah/Strata Satu (S1)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin.

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 28 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

Maulana

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Taqith* di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Ditulis oleh : Maulana

N I M : 1401160417

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Jurusan : Perbankan Syariah

Tahun Akademik : 2018/2019

Tempat dan Tanggal lahir : Banjarmasin , 7 Agustus 1995

Alamat : Jl. Pekapur Raya Gg Sariwangi. Banjarmasin.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan sepenuhnya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Pengujii Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 25 Februari 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Zaki Mubarak, SE, M.Si
NIP.197710312002121002

Rohana Faridah, SE, M.M
NIP.197804272009012010

Mengetahui:
Ketua Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,

H.Haris Faulidi Asnawi, Lc, M.SI
NIP. 197904102005011010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Taqsith* di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Ditulis oleh Maulana, telah diujikan dalam sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 12 Maret 2019

Dan dinyatakan LULUS dengan predikat: **A**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP. 196006091988031003

TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

1. Zaki Mubarak, M.Si

1.

2. Pati Matu Jahra, S.Ag., M.Si.

2.

3. Rohana Faridah, SE, MM.

3.

4. Dessy Maulina, SE, ME.

4.

ABSTRAK

Maulana. 2019. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Taqsith di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Zaki Mubarak, SE, M.Si (II) Rohana Faridah, SE, M.M.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Keputusan Pembelian, Produk Taqsith*

Koperasi Konsumen Syariah Ararahmah memiliki beberapa produk yang ditawarkan, yang pertama Produk usaha Aqad Taqsith (jual beli secara kredit), kedua Produk Usaha Arrahmah Store (Unit Usaha Retail), ketiga Simpanan. Dalam produk yang ditawarkan, produk taqsithlah yang paling banyak diminati anggota karena produk ini yang pertama dan hanya ada di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Tidak jauh beda dengan lembaga keuangan lainnya, peran marketing sangatlah penting diperhatikan demi menjaga kesejahteraan koperasi syariah Arrahmah, karena marketing merupakan salah satu alasan sukses atau tidaknya pemasaran mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian produk *Taqsith* di Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin, dan untuk mengetahui diantara variabel-variabel mana yang sangat kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk *Taqsith* di Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner untuk mengetahui tanggapan anggota mengenai keputusan pembelian produk *Taqsith* di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Melalui analisa kuantitatif mengukur pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian produk *Taqsith* di Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin, maka penelitian ini menghasilkan, *pertama* : semua variabel dalam *Marketing mix* (Produk, Harga, Promosi, Distribusi) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Taqsith* (Y) di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai diatas nilai f_{hitung} sebesar 14,953 lebih besar dari nilai f_{tabel} sebesar 2,48 ($14,953 > 2,48$). *Kedua* : variabel bebas yang meliputi *Marketing mix* : Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) dan Distribusi (X4) Variabel yang paling kuat adalah variabel Distribusi (X4) yaitu dengan nilai 2,650 dan nilai sig 0,010.

MOTTO

كُلُّ مَا قَدَرَ اللَّهُ خَيْرٌ

“ *Tiap-tiap yang ditakdirkan Allah pasti baik*”

KATA PERSEMPAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt. yang telah melimpahkan berkah, nikmat serta hidayah-Nya kepada penulis. Sehingga penulis berada pada titik pencapaian ini. Satu proses telah terlewati lagi. Satu pengalaman telah didapat lagi. Satu hasil telah dirasakan lagi. Terima kasih ya Allah. Shalawat serta salam untuk baginda tuntunanku nabi Muhammad saw. dan para sahabat beliau serta pengikut-pengikut beliau hingga yaumul akhir, semoga ini menjadi amal shaleh untuk keluarga ku ya Allah. Atas ridho-Mu ku persembahkan karya yang sangat sederhana ini untuk mereka yang istimewa dalam hidupku:

Untuk Ayah dan Ibu ku Tercinta serta saudaraku yang aku sayangi, terimakasih yang tak terhingga untuk restumu dan doa-doa mu yang selalu menyertai setiap langkah ini, kalian adalah sumber semangat bagiku. Dan tak lupa ku ucapkan terimakasih kepada seseorang yang selalu menemani dan mendukungku.

Guru, pengajar, serta pembimbing yang sangat aku hormati kalian tanpa pamrih menyiramkan berbagai ilmu kepadaku, terima kasih yang tak terhingga karena telah mengajarkan banyak hal kepada kami. Berbagi pengalaman selama masa perkuliahan sampai pada penulisan skripsi ini. Membagikan ilmu yang sangat berharga dan berguna bagi kami kelak. Untuk kedua dosen pembimbingku, terimakasih selalu membimbing dan menyemangatiku dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Terimakasih kepada sahabat ku Anugerah Putera, M. Riskan, Ariskyanor, Risman Alpianor, Desy Rosita dan Mega Winarti yang sudah membantu dan memberikan masukan kepada ku dalam menyusun skripsi ini.

Terimakasih kepada teman seperjuanganku Perbankan Syariah 2014 khususnya PS E 2014 dan PS D 2014 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu serta Sanggar Bahana Antasari Bersama kalian aku dapat mengerti arti indahnya kekeluargaan. Kalian tidak akan pernah aku lupakan. The Show Must Go on.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعدين	Ditulis	<i>Muta’aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta' marbutah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبّة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fitrī</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal pendek

ܹ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ܶ	fathah	Ditulis	<i>A</i>
ܷ	dammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā</i> <i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati يسعى	Ditulis	<i>Ā</i> <i>yas'ā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم	Ditulis	<i>Ī</i> <i>Karīm</i>
4	Dhammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>Ū</i> <i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بینکم	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>Au</i> <i>Qaulun</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

1. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al"

القرآن	Ditulis	<i>al-qur'ān</i>
--------	---------	------------------

القياس	Ditulis	<i>al-qiyās</i>
--------	---------	-----------------

2. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawīt al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji dan syukur bagi Allah Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. Beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Suatu berkah yang luar biasa dan layak penulis syukuri kepada Allah swt. yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga selesailah skripsi yang berjudul, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Taqsisith di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin* dengan kemampuan yang penulis miliki.

Dalam penyusunan skripsi hingga sampai dengan selesai, penulis banyak sekali menerima bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Kepada mereka semua diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, secara khusus penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Bapak Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI yang telah menyetujui judul skripsi ini untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Bapak Haris Faulidi Asnawi, Lc, M.SI yang telah memberikan persetujuan dan menerima dari tahap proposal hingga akhirnya menjadi skripsi.

3. Bapak Zaki Mubarak, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rohana Faridah, SE, M.M. selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan, petunjuk, arahan dan koreksi dalam penyusunan konsep, materi, serta metode dalam pembuatan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen, Asisten Dosen, Karyawan/Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang dengan tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Kepala Perpustakaan dan Staf Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Daerah Kalimantan Selatan yang telah memberikan layanan yang baik bagi peneliti dalam mendapatkan buku-buku yang diperlukan.
6. Pemimpin beserta seluruh pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin yang telah banyak membantu dalam memberikan data informasi yang diperlukan penulis selama melakukan penelitian.
7. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Dengan menyadari sifat kekurangan manusia, maka tentunya dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, dan penulis berharap nantinya akan ada yang dapat lebih menyempurnakan lagi penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini mendapat berkah dan keridhoan Allah Swt. Sehingga dapat

memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya bagi diri penulis sendiri.

Amiin ya Robbal 'aalamiin.

Banjarmasin, 28 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	6
D. Signifikansi Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Hipotesis Penelitian.....	10
H. Kajian Pustaka.....	11
I. Sistematika Penulisan	14

BAB II *MARKETING MIX DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAQSITH DI KOPERASI KONSUMEN SYARIAH ARRAHMAH*

A. Pengertian Pemasaran	16
B. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	17
1. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	17
2. Dimensi <i>Marketing Mix</i>	18
a. Produk / Product	18
b. Harga / Price	19
c. Promosi Promotion	20
d. Distribusi / Place.....	21
C. Keputusan Pembelian.....	22
1. Pengertian Keputusan Pembelian	22
2. Perilaku Membeli (Konsumen)	23
3. Keputusan Pembelian Dalam Islam	25
4. Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian	27

D. Produk <i>Taqṣīth</i>	29
1. Pengertian <i>Murabahah</i>	29
2. Syarat & Rukun <i>Murabahah</i>	30
3. Murabahah dan Cara Pembayaran	31
4. Konsep Dasar Jual Beli Kredit (<i>Taqṣīth</i>)	31
5. Hukum Jual Beli Secara Kredit	34
6. Penjelasan Ulama Fikih tentang Hukum Jual Beli Kredit	37
7. Syarat-syarat Jual Beli Secara Kredit	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Data dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Desain Pengukuran.....	46
G. Instrumen Penelitian.....	47
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.....	55
B. Karakteristik Responden	61
C. Deskripsi Variabel.....	63
D. Analisis Data	82
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	101
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah anggota koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin	4
Tabel 1.2 Kerangka Pemikiran.....	9
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	47
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Tingkat Usia	62
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.4 Produk Koperasi Arrahmah terhindar dari unsur riba.....	63
Tabel 4.5 Produk yang ditawarkan Koperasi Arrahmah mudah dipahami	64
Tabel 4.6 Proses pengajuan dikoperasi Arrahmah mudah dilakukan	64
Tabel 4.7 Pelayanan Koperasi Arrahmah sangat memuaskan	65
Tabel 4.8 Pelayanan Koperasi Arrahmah cepat dan tanggap.....	66
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Product / Produk (X1)	66
Tabel 4.10 Harga produk yang ditawarkan murah.....	67
Tabel 4.11 Cicilan pembiayaan Arrahmah sesuai dengan kesepakatan.....	67
Tabel 4.12 Cicilan pembiayaan pada Kopersi Arrahmah murah	68
Tabel 4.13 Harga produk pada Koperasi Arrahmah sesuai dengan kualitasnya...	69
Tabel 4.14 Bagi hasil yang disepakati memuaskan	69
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Price / Harga (X2)	70
Tabel 4.16 Koperasi Arrahmah melakukan promosi dengan sopan	70
Tabel 4.17 Koperasi Arrahmah melakukan promosi dengan sopan	71
Tabel 4.18 Penawaran yang dilakukan jelas dan mudah dipahami.....	72
Tabel 4.19 Karyawan berkemampuan menciptakan hubungan baik dgn anggota	72

Tabel 4.20 Dorongan pihak luar menjadikan anda tertarik menjadi anggota	73
Tabel 4.21 Jawaban Responden Terhadap <i>Promotion / Promosi</i> (X3).....	74
Tabel 4.22 Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah mudah dituju	74
Tabel 4.23 Suasana ruangan di koperasi Arrahmah terasa nyaman dikunjungi ...	75
Tabel 4.24 Koperasi Arrahmah bertempat diarea strategis.....	75
Tabel 4.25 Produk yang ditawarkan dapat digunakan semua kalangan.....	76
Tabel 4.26 Fasilitas yang disedian Koperasi Arrahmah memadai dan nyaman ...	76
Tabel 4.27 Jawaban Responden Terhadap <i>Place / Distribusi</i> (X4)	77
Tabel 4.28 Saya membeli produk <i>Taqsith</i> untuk memenuhi keinginan saya.....	78
Tabel 4.29 Saya Mencari Informasi Produk <i>Taqsith</i> sebelum membelinya	79
Tabel 4.30 Sebelum membeli produk <i>Taqsith</i> , Saya mempertimbangkan dahulu	79
Tabel 4.31 Saya membeli produk <i>Taqsith</i> sesuai keinginan saya.....	80
Tabel 4.32 Saya akan terus membeli produk <i>Taqsith</i> karena saya merasa puas...	81
Tabel 4.33 Jawaban Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Taqsith</i> (Y).....	81
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Instrumen Data.....	83
Tabel 4.35 Reliability Statistics	84
Tabel 4.36 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Uji Multikorelasi.....	88
Tabel 4.38 Hasil Pengujian Uji Linearitas	89
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi Berganda	92
Tabel 4.41 Pengujian Regresi Secara Simultan (uji F)	95
Tabel 4.42 Coefficient.....	96

Tabel 4.43 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	99
Tabel 4.44 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Qana ah AM, Ihsan</i>	26
Gambar 2.2 Skema Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 4.1 Struktur Karyawan	57
Gambar 4.2 Q-Q Plot of Regresion Standardized Residual.....	86
Gambar 4.3 Scatterplot Depedent Variable: Y	87