

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Surat Pernyataan Keaslian	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah.....	16
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Masalah.....	16
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	17
G. Penegasan Istilah.....	18
H. Sistematika Skripsi.....	20

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori	23
1. Manajemen Pemasaran.....	23
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
b. Konsep Inti dalam Pemasaran.....	24
2. Marketing Mix	29
3. Produk	31
a. Pengertian Produk	31
b. Klasifikasi Produk.....	32
c. Karakteristik Produk	34
d. Produk dalam Prespektif Islam	36
4. Harga.....	40
a. Pengertian Harga.....	40
b. Tujuan Penetapan Harga	41
c. Faktor-faktor Pertimbangan pada Penentuan Harga	45
d. Harga dalam Prespektif Islam	47
5. Promosi	49
a. Pengertian Promosi	49
b. Sarana / Bauran Promosi.....	50
c. Promosi dalam Prespektif Islam.....	57
6. Tempat.....	58
a. Pengertian Tempat	58
b. Saluran Distribusi/Tempat	60
c. Tempat dalam Prespektif Islam.....	62
7. Pengambilan Keputusan.....	63
a. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	63
b. Proses Pengambilan Keputusan	63
c. Pengambilan Keputusan dalam Prespektif Islam.....	67

B. Kajian Terdahulu	68
C. Kerangka Konseptual.....	73
D. Hipotesis Penelitian	75

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	76
B. Populasi, Sampling, dan Sample Penelitian.....	77
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	79
D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian.....	81
E. Teknik Analisis	86

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	94
1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	94
2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	98
3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	100
B. Deskripsi Karakteristik Data Responden	102
C. Uji Hipotesis dan Analisis	116
1. Uji Dependensi Chi-Square.....	116
2. Analisis Regresi Logistik Biner Univariat	118
3. Analisis Regresi Logistik Biner Multivariat	120
a. Uji Signifikansi Model	120
b. Uji Signifikansi Koefisien Parameter Model	122
c. Uji Kesesuaian Model.....	125
d. Interpretasi Model.....	126
e. Ketetapan Kalasifikasi Model.....	128

BAB V HASIL DAN PEMBAHSAN

A. Pengaruh Indikator variabel Produk terhadap Keputusan Pembelian..... 131
B. Pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian 138
C. Pengaruh indikator Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... 140
D. Pengaruh variabel Tempat terhadap Keputusan Pembelian..... 143

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 147
B. Saran 149

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP