

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak.....	xiv

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	15
G. Penegasan Istilah.....	17
H. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	20

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran.....	23
1. Strategi Pemasaran.....	23
B. Pengertian <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	26
1. Produk.....	26
2. Harga.....	37
3. Lokasi.....	38

4.	Promosi.....	45
5.	<i>Sharia Compliance</i>	46
C.	Penelitian Terdahulu.....	52
D.	Kerangka Berpikir.....	57
E.	Hipotesis Penelitian.....	58

BAB III

METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	61
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	62
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	65
E.	Analisis Data.....	69