

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran	xx
Abstrak	xxi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	15

H. Sistematika Penulisan Skripsi	17
--	----

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	19
1. Pengertian Pemasaran	19
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
B. Toko	20
1. Pengertian Toko	20
2. Karakteristik Toko	21
C. Keputusan Pembelian Konsumen	21
1. Pengertian Konsumen	21
2. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	22
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	22
4. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
5. Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam	25
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	27
E. Keragaman Produk.....	30
1. Pengertian Produk	30
2. Pengertian Keragaman Produk.....	30
3. Indikator Keragaman Produk	31
4. Keragaman Produk dalam Perspektif Ekonomi Islam	32

F. Harga.....	33
1. Pengertian Harga.....	33
2. Peranan Harga.....	34
3. Metode Penetapan Harga.....	34
4. Tujuan Penetapan Harga.....	35
5. Indikator Harga.....	36
6. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	37
G. Lokasi.....	38
1. Pengertian Lokasi.....	38
2. Indikator Lokasi.....	39
3. Lokasi dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	40
H. Kualitas Pelayanan Islami.....	41
1. Pengertian Kualitas.....	41
2. Pengertian Pelayanan.....	41
3. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami.....	42
4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	43
5. Indikator Kualitas Pelayanan Islami.....	45
I. Hubungan Keragaman Produk (X_1) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	46
J. Hubungan Harga (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	47
K. Hubungan Lokasi (X_3) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	48

L. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami (X_4) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	49
M. Penelitian Terdahulu	50
N. Kerangka Konseptual	61
O. Mapping Variabel, Teori, dan Indikator	64
P. Hipotesis Penelitian.....	67

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	70
1. Pendekatan Penelitian	70
2. Jenis Penelitian.....	70
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	71
1. Populasi	71
2. Sampling	71
3. Sampel Penelitian.....	72
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	73
1. Sumber Data.....	73
2. Variabel Penelitian	74
3. Skala Pengukuran.....	74
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	75
1. Teknik Pengumpulan Data.....	75
2. Instrumen Penelitian.....	76
E. Teknik Analisis Data.....	76
1. Uji Keabsahan Data.....	76

2. Uji Asumsi Klasik.....	77
3. Analisis Regresi Linier Berganda	79
4. Uji Hipotesis	79
F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	83

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	88
1. Profil Toko Dickana Collection	88
2. Visi dan Misi Toko Dickana Collection.....	89
3. Struktur Organisasi Toko Dickana Collection	90
B. Karakteristik Responden	90
1. Jenis Kelamin Responden	90
2. Usia Responden.....	91
3. Pekerjaan Responden	91
4. Pendidikan Terakhir Responden	92
5. Penghasilan Per Bulan Responden.....	93
C. Hasil Penelitian	93
1. Deskripsi Data Penelitian.....	93
2. Uji Keabsahan Data.....	125
3. Uji Asumsi Klasik.....	127
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	128
5. Uji Hipotesis	130

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung 136
- B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung 140
- C. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung 144
- D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung..... 148
- E. Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung..... 152
- F. Kerangka Konseptual Setelah Penelitian 155

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	156
B. Saran.....	158

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN