

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Hipotesis Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian	13

G. Penegasan Istilah	15
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Pemasaran Syariah.....	20
B. Keputusan Pembelian	23
C. Gaya Hidup	31
D. Bauran Pemasaran Syariah	51
E. Hubungan Antar Variable.....	72
F. Kajian Penelitian Terdahulu	78
G. Kerangka Konseptual.....	118
BAB III METODE PENELITIAN	124
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	124
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian	125
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	129
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	132
E. Teknik Analisis Data	135
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	144
A. Pengujian Data Angkringan Sewidak.....	144
B. Pengujian Data Cafe Westcoast.....	159
BAB V PEMBAHASAN	176
A. Pengaruh Strategi Produk Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	176
B. Pengaruh Strategi Harga Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	178

C. Pengaruh Strategi Tempat Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	180
D. Pengaruh Strategi Promosi Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	181
E. Pengaruh Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	184
F. Pengaruh Strategi Produk Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	186
G. Pengaruh Strategi Harga Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	190
H. Pengaruh Strategi Tempat Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	191
I. Pengaruh Strategi Promosi Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening Pada Angkringan Sewidak dan Cafe Westcoast Tulungagung	193
BAB VI PENUTUP	195
A. Kesimpulan	195
B. Saran	201
DAFTAR PUSTAKA	203
LAMPIRAN-LAMPIRAN	211