

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Keaslian Tulisan	v
Halaman Lembar Publikasi	vi
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	8

F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Promosi Penjualan.....	13
C. Kualitas Pelayanan.....	20
D. Harga.....	30
E. Keputusan Pembelian.....	33
F. Penelitian Terdahulu.....	37
G. Kerangka Konseptual.....	44
H. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	47
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen.....	52
E. Teknik Analisis Data.....	56
F. Peengecekan Keabsahan Data.....	63
G. Tahap-tahap Penelitian.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66

B. Hasil Penelitian.....	67
BAB V PEMBAHASAN.....	82
A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Produk	
Dhyhijab Jombang	82
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Produk	
Dhyhijab Jombang	84
C. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Produk	
Dhyhijab Jombang	85
D. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Produk	
Dhyhijab Jombang.....	87
BAB VI PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95