

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Lembar Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi	16

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pemasaran.....	18
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
1. Produk	22
2. Harga.....	37

3. Tempat.....	41
4. Promosi	45
C. Minat Beli.....	49
D. Kajian Penelitian Terdahulu.....	51
E. Kerangka Konseptual	57
F. Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	61
1. Populasi.....	61
2. Sampling	61
3. Sampel Penelitian.....	62
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	64
1. Sumber Data.....	64
2. Variabel Penelitian	65
3. Skala Pengukuran.....	66
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	66
1. Teknik Pengumpulan Data	66
2. Instrument Penelitian	68
E. Analisis Data	70
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	72
3. Uji Asumsi Klasik.....	72
4. Uji Analisis Regresi Berganda	75
5. Uji Hipotesis.....	75
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	78
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	79
1. Produk	79

2. Harga.....	80
3. Tempat/Distribusi.....	81
4. Promosi	81
B. Profil Responden.....	81
C. Deskripsi Responden.....	82
1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	83
3. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	83
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	84
E. Pengujian Hipotesis.....	87
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	87
2. Uji Asumsi Klasik.....	92
3. Uji Analisis Regresi Berganda	96
4. Uji Hipotesis.....	98
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	103

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Di Butik Chacha Collection Tulungagung.....	104
B. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Di Butik Chacha Collection Tulungagung	106
C. Pengaruh Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Di Butik Chacha Collection Tulungagung.....	107
D. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Di Butik Chacha Collection Tulungagung.....	108
E. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Di Butik Chacha Collection Tulungagung.....	110

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	113

1. Bagi Butik Chacha Collection Tulungagung.....	113
2. Bagi IAIN Tulungagung.....	113
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN