

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika penulisan Skripsi	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Pemasaran	14
B. Pemasaran Syariah	20
C. Promosi	23
D. Packaging/kemasan	26
E. Harga	29
F. Lokasi	34

G. Minat Beli	36
H. Pandangan Promosi, Packaging, Harga dan Lokasi Menurut Ekonomi Islam Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk	39
H. Kajian Penelitian Terdahulu.....	42
I. Kerangka Konseptual	47
J. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	50
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukurannya	51
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
E. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	59
A. Deskripsi Data.....	59
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
C. Hasil Analisis Data.....	77
BAB V PEMBAHASAN	81
A. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Produk Coklat Halal Pada PT. Kampung Coklat Blitar.....	81
B. Pengaruh Packaging Terhadap Minat Beli Produk Coklat Halal Pada PT. Kampung Coklat Blitar.....	82
C. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Produk Coklat Halal Pada PT. Kampung Coklat Blitar.....	84
D. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Produk Coklat Halal Pada PT. Kampung Coklat Blitar.....	86
BAB VI PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95