

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Lembar Persetujuan	iii
Halaman Lembar Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Grafik.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Masalah.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Penegasan Istilah	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran Syariah.....	13
a. Definisi Pemasaran Syariah.....	13
b. Karakteristik Syariah <i>Marketing</i>	14
B. Pengertian Konsumen.....	17
C. Pengertian Perilaku Konsumen	18
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
1. Faktor Kebudayaan.....	20

2. Faktor Sosial.....	22
3. Faktor Pribadi.....	24
4. Faktor Psikologis.....	26
E. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
1. Peran Pembelian.....	29
2. Perilaku Pembelian.....	30
3. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
F. Teori Perilaku Konsumen Konvensional.....	34
G. Teori Perilaku Konsumen Islam.....	41
H. Jual Beli.....	49
a. Pengertian Jual Beli.....	49
b. Dasar Hukum Jual Beli.....	52
c. Rukun-Rukun Jual Beli.....	53
d. Syarat-Syarat Jual Beli.....	54
I. Penelitian Terdahulu.....	56
J. Kerangka Konsep Penelitian.....	58

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Lokasi Penelitian.....	61
C. Kehadiran Peneliti.....	62
D. Data dan Sumber Data.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
F. Teknik Analisis Data.....	65
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	67
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	69

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian.....	71
a. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
b. Data Informan.....	74
B. Temuan Peneliti.....	76

1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar.....	76
2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar.....	85
C. Analisis Data	94
1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar....	94
2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar.....	96

BAB V : PEMBAHASAN

A. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar.....	100
B. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone <i>Second</i> di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar	107

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	113
B. Saran-Saran.....	114

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN