



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
PEMBAHASAN .....	9
2.1 Pengertian pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Menejemen Pemasaran.....	10
2.3 Persepsi konsumen (X1).....	12
2.4 Motivasi (X2) .....	17
2.5 Pengertian Gaya Hidup Konsumen (X3).....	22
2.5.1 Pengertian Gaya Hidup Konsumen.....	22
2.5.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
2.6.1 Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.6.2 Pandangan islam tentang keputusan pembelian .....	27
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.8 Kerangka Pemikiran .....	34
2.9 Hipotesis .....	34
2.10 Konsep Operational Variabel Penelitian .....	35
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

