

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB IPENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Penelitian Terdahulu .....	16
G. Kerangka Pemikiran.....	17
H. Hipotesis Penelitian.....	18
I. Definisi Variabel .....	18
J. Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Berdirinya .....	21
B. Struktur Organisasi.....	22
C. Ketenagakerjaan.....	24
D. Visi dan Misi .....	25
<b>BAB III TINJAUAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	26
B. Produk .....	27
C. Perilaku Konsumen .....	31
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	31
2. Teori Perilaku Konsumen .....	33
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34

**Hak Cipta Diindungi 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.

4. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	39
D. Keputusan Pembelian.....	40
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	40
2. Peran Konsumen dalam Membeli .....	42
3. Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian .....	43
4. Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	45
5. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam	49

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Deskriptif .....	52
B. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian menurut Ekonomi Islam .....	84

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**