

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.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2. Konsep Bauran Pemasaran.....	15
2.3. Konsep Keputusan Konsumen	29
2.4. Pemasaran Islami	33
2.5. Penelitian Terdahulu	40
2.6. Kerangka Pemikiran.....	42
2.7. Hipotesis.....	43
2.8. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
3.2. Jenis Dan Sumber Data	46
3.3. Metode Pengumpulan Data	47
3.4. Populasi Dan Sampel	47
3.5. Analisis Data	48
3.5.1. Uji Kualitas Data.....	49
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.5.4. Uji Hipotesis	52
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Perusahaan.....	55
4.2. Legalitas Perusahaan.....	55
4.3. Konsep Perusahaan	55
4.4. Visi Dan Misi Perusahaan.....	57
4.5. Struktur Organisasi	57
4.6. Aktivitas Perusahaan.....	62

Hak Cipta Dilindungi 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.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Identitas Responden	64
5.2. Hasil Penelitian	67
5.2.1. Produk	67
5.2.2. Harga	71
5.2.3. Tempat.....	74
5.2.4. Promosi	77
5.2.5. Keputusan Membeli	81
5.3. Analisa Data	85
5.3.1. Uji Kualitas Data.....	85
5.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	88
5.3.3. Uji Hipotesis	91
5.4. Pembahasan.....	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	101
6.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	