

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Konsep Pemasaran	14
2.1.3 Manajemen Pemasaran	15
2.1.4 Bauran Produk	16
2.1.5 Pengertian Produk dan Atribut Produk	18
2.1.6 Perilaku Konsumen	29
2.1.7 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli	30
2.1.8 Sikap	34
2.2 Pandangan Islam Terhadap Jual Beli	42
2.3 Penelitian Terdahulu	47
2.4 Kerangka Pikiran Peneliti	49
2.5 Hipotesis	49
2.6 Variabel Penelitian	50
2.7 Defenisi Operasional Penelitian	50

BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	54
3.2 Jenis dan Sumber Data	54
3.3 Metode Pengumpulan Data	55
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Analisis Data	58
3.7 Metode Pengujian Data	59
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	66
4.1 Sejarah Singkat Kecamatan Tandun	67
4.2 Visi Dan Misi Kecamatan Tandun	68
4.3 Struktur Organisasi Kecamatan Tandun	71
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	73
5.1 Hasil Penelitian	73
5.2 Karakteristik Responde	73
5.3 Deskripsi Variabel	77
5.4 Uji Kualitas Data	84
5.5 Pembahasan	96
BAB VI PENUTUP	98
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI