

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Asumsi Penelitian.....	10
F. Hipotesis Penelitian.....	11
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
H. Definisi Istilah	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Kajian Teoritik	16

	B. Hubungan Antara Marketing Syariah dengan Keputusan.....	43
	C. Kajian Penelitian Terdahulu.....	45
BAB	III METODE PENELITIAN.....	51
	A. Rancangan Penelitian	51
	B. Populasi dan Sampel	52
	C. Sumber Data.....	54
	D. Instrumen Penelitian.....	55
	E. Pengumpulan Data	57
	F. Analisis Data	58
BAB	IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN	
	PEMBAHASAN.....	69
	A. Deskripsi	69
	B. Pembuktian Hipotesis.....	107
	C. Pembahasan.....	114
BAB	V PENUTUP	128
	A. Kesimpulan	128
	B. Saran.....	129
	DAFTAR RUJUKAN	130
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	133
	RIWAYAT HIDUP	174