

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>D. Asumsi Penelitian</b> .....	11
<b>E. Hipotesis penelitian</b> .....	11
<b>F. Kegunaan Penelitian</b> .....	12
<b>G. Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	13
<b>H. Definisi Istilah</b> .....	14
<b>I. Kajian Peneliti Terdahulu</b> .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	21
<b>A. Kajian Teoritik</b> .....	21
<b>1. Manajemen Pemasaran</b> .....	21
<b>2. Pemasaran dalam Perekonomian Islam</b> .....	23
<b>3. Strategi Pemasaran</b> .....	24

4. <i>Personal Selling</i> .....	28
5. Kualitas Pelayanan .....	32
6. Perilaku Konsumen.....	36
7. Keputusan Konsumen.....	41
8. Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	57
<b>A. Rancangan Penelitian</b> .....	57
<b>B. Populasi dan Sampel</b> .....	58
<b>C. Sumber dan Jenis data</b> .....	58
<b>D. Instrumen Penelitian</b> .....	59
<b>E. Teknik Pengumpulan data</b> .....	61
<b>F. Analisis data</b> .....	62
<b>BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN</b> .....	71
<b>A. Deskripsi Data</b> .....	71
<b>B. Pembuktian Hipotesis</b> .....	91
<b>C. Pembahasan</b> .....	96
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	102
<b>A. Kesimpulan</b> .....	102
<b>B. Saran</b> .....	103
<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	105
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	109