

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Asumsi Penelitian.....	9
E. Hipotesis Penelitian.....	10
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
H. Definisi Istilah.....	14
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	15

BAB II KAJIAN TEORI	20
A. Kualitas Produk	20
1. Definisi Kualitas Produk	20
2. Indikator Kualitas Produk	22
3. Kualitas Produk dalam Prespektif Ekonomi Islam	23
B. Harga	25
1. Definisi Harga	25
2. Indikator Harga	26
3. Tujuan Penentuan Harga	28
4. Harga dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	29
C. Promosi.....	31
1. Definisi Promosi.....	31
2. Indikator Promosi	32
3. Fungsi Promosi.....	33
4. Promosi dalam Prespektif Ekonomi Islam	34
D. Kualitas Pelayanan	36
1. Definisi Kualitas Pelayanan	36
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	37
3. Kualitas Pelayanan dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	38
E. Keputusan Pembelian	40
1. Definisi Keputusan Pembelian	40
2. Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	41
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	43

F. Hubungan Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Rancangan Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel	49
C. Sumber Data.....	52
D. Instrumen Penelitian.....	52
E. Pengumpulan Data	54
F. Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Deskripsi Data	63
B. Pembuktian Hipotesis	81
C. Pembahasan	88
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	