

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG .....	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Asumsi Penelitian .....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	10
F. Kegunaan Penelitian .....	11
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	12
H. Definisi Istilah .....	14
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	21
A. Strategi Pemasaran .....	21
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	21
2. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran .....	22
3. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran .....	22
4. Indikator Strategi Pemasaran .....	23
B. Kualitas Pelayanan .....	25
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	25
2. Ciri-Ciri Pelayanan Berkualitas .....	26
3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	27
4. Kualitas Pelayanan Perspektif Ekonomi Islam.....	28
C. Minat .....	29
1. Pengertian Minat .....	29
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	30
3. Indikator Minat .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	33
A. Rancangan Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel .....	35
C. Sumber Data.....	36
D. Instrumen Penelitian .....	37
E. Pengumpulan Data .....	40
F. Analisis Data .....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN .....	55
A. Deskripsi Data .....	55
B. Pembuktian Hipotesis .....	73
C. Pembahasan .....	78
BAB V PENUTUP .....	89
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	92
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	96
RIWAYAT HIDUP.....	124