DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
MOTTO iv
PERSEMBAHAN v
PERNYATAAN KEASLIAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8
E. Definisi Operasional 9
F. Sistematika Pembahasan 11

BAB II KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu 13
B. Kerangka Teori 14
   1. Kajian Tentang Promosi dan Bauran Promosi 14
   2. Kajian Tentang Kepuasan Konsumen 26
   3. Hubungan Antara Bauran Promosi dengan Kepuasan Konsumen 36
C. Perspektif Islam 39
D. Paradigma Penelitian 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Hipotesis..... 43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 44
B. Lokasi Penelitian 45
C. Populasi, Sampel dan teknik Sampling..... 46
D. Variabel dan Indikator Penelitian..... 48
E. Tahap-Tahap Penelitian 51
F. Teknik Pengumpulan Data..... 53
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian 54
H. Teknik Analisis Data 57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian..... 60
B. Penyajian Data..... 66
C. Variabel-Variabel Penelitian..... 71
D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... 82
E. Pembahasan Hasil Penelitian 98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 104
B. Saran 105
C. Keterbatasan Penelitian..... 106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id