DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ..... **ii**
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI ..... **iii**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

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 yang Relevan 13
B. Kerangka Teori 15
1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 15
2. Pengertian Ritel 17
3. Karakteristik Perdagangan Eceran (Ritel) 19
4. Fungsi Penjualan Eceran (Ritel) 21
5. Bauran Eceran (*Retailing Mix*) 22
6. Perilaku Konsumen 31
7. Keputusan Pembelian 34
8. Pengaruh Bauran Eceran (*Retailing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian 38
9. *Retaing Mix* dalam Perspektif Islam 40
C. Paradigma Penelitian 46
D. Hipotesis Penelitian 46

BAB III : METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 48
B. Lokasi Penelitian 48
C. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling* 49
D. Variabel dan Indikator Penelitian 51
E. Tahap-tahap Penelitian 54

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

F. Teknik Pengumpulan Data 54
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian 56
H. Teknik Analisa Data 59

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 64
B. Temuan Data Penelitian 71
C. Pengujian Hipotesis 100
D. Pembahasan Hasil Penelitian 109

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 113
B. Saran 114
C. Keterbatasan Penelitian 115

DAFTAR PUSTAKA 116
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