

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBARPERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Landasan Teori.....	14
1. Teori Pemasaran dalam Islam.....	14
a. Pengertian Pemasaran.....	14
b. Pengertian Pemasaran dalam Islam.....	16
c. Prinsip – Prinsip Pemasaran Islam.....	19
d. Bauran Pemasaran.....	27
e. Promosi.....	36
2. Konsep AIDA.....	42

3. Teori Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam	48
a. Pengertian Perilaku Konsumen	48
b. Pengertian Perilaku Konsumen Menurut Islam.....	50
c. Faktor-Faktor Penentu Perilaku Konsumen	54
d. Keputusan Pembelian	60
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Desain Penelitian.....	66
B. Lokasi Penelitian	66
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	66
D. Obyek Penelitian	66
E. Populasi dan Sampel	67
F. Sumber Data.....	67
G. Teknik Pengumpulan Data.....	68
H. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	69
I. Instrumen Penelitian.....	71
J. Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Gambaran Umum Galeri Investasi Syariah FIAI UII	76
B. Gambaran Umum Responden	78
C. Teknik Analisis Data.....	81
D. Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Aset Industri Keuangan Syariah.....	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	70
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attention</i>	72
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Interest</i>	72
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Desire</i>	73
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Action</i>	73
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	78
Tabel 4.2. Pekerjaan Responden.....	79
Tabel 4.3. Penghasilan Responden.....	79
Tabel 4.4. Sumber Informasi Tentang GIS.....	80
Tabel 4.5. Tujuan Mengunjungi GIS.....	80
Tabel 4.6. Waktu Mengunjungi GIS.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran.....	15
Gambar 2.2. Teori Mashlahah.....	52
Gambar 3.1. Desain Penelitian.....	66