

DAFTAR ISI

	hal
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Surat Pernyataan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
3. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	10
B. Prefensi	12
1. Pengertian Prefensi Konsumen.....	12
a. Prefensi konsumen.....	12
b. Prefensi Konsumen Islami.....	14

	C.	Keputusan Pembelian.....	16
		1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
		2. Tipe Pengambilan Keputusan.....	17
		3. Langkah-Langkah Keputusan Pembelian.....	17
		4. Perilaku Pasca Pembelian.....	19
		5. Komunikasi Pasca Pembelian.....	20
	D.	Imitasi.....	20
		1. Pengertian Imitasi	20
		2. Tipe – Tipe Produk Imitasi.....	21
	E.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
	F.	Kerangka Berfikir.....	27
BAB III		METODE PENELITIAN	
	A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
	B.	Sumber Data	30
	C.	Lokasi Penelitian.....	30
	D.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
	E.	Uji Kebasahan Data.....	32
	F.	Analisis Data.....	34
BAB IV		HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	36
		1. Letak Geografis Pasar Jember Kudus.....	36
		2. Produk yang Dijual Dipasar Jember Kudus.....	37
		3. Struktur Pengurus Pasar Jember Kudus.....	37
	B.	Data Penelitian.....	38
		1. Data Tentang Minat Beli Konsumen Muslim Dalam Memilih Produk Sparepart Motor Imitasi Di Pasar Jember Kudus.....	38
		2. Data Tentang Bagaimana Cara Pengambilan Keputusan Konsumen Muslim Dalam Pemilihan Produk Sparepart Motor Imitasi Di Pasar Jember Kudus	42

C.	Analisis Dan Pembahasan	44
1.	Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Dalam Memilih Produk Sparepart Motor Imitasi	44
2.	Analisis Cara Pengambilan Keputusan Konsumen Muslim Dalam Pemilihan Produk Sparepart Motor Imitasi	52
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan.....	57
B.	Keterbatasan Penelitian.....	59
C.	Saran.....	60
D.	Penutup.....	60
	Daftar Pustaka	
	Daftar Riwayat Pendidikan	
	Lampiran-lampiran	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan dalam proses pembelian	18
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	28

