

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masaah	1
B. Fokus Penelitian	14
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Manfaat Penelitian.....	15
F. Sistematika penulisan	16
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Pustaka	18
1. Teknologi Informasi	18
a. Definisi Teknologi Informasi	18
b. Fungsi Teknologi Informasi	21
c. Peran Teknologi Informasi Dalam Kehidupan Manusia	22
d. Peran Teknologi Informasi Dalam Bisnis	24
2. Perilaku Konsumen	27
a. Pengertian Konsumen.....	28
b. Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
d. Teori Perilaku Konsumen	43
e. Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen	44
f. Perilaku Konsumen Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	44

g. Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	50
h. Perilaku Konsumen Online Di Era Perkembangan Teknologi Informasi Menurut Pandangan Islam.....	55
3. Strategi Pemasaran	58
a. Pengertian Pemasaran.....	58
b. Pengertian Strategi	59
c. Pengertian Strategi Pemasaran	60
d. Perumusan Strategi Pemasaran	61
e. Bauran Pemasaran	64
f. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	66
g. Strategi Pemasaran Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	68
h. Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Melalui Internet	71
i. Hubungan Perubahan Perilaku Konsumen Dan Perubahan Strategi Pemasaran Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	72
j. Dampak Perubahan Strategi Pemasaran Pada Peningkatan Penjualan	73
k. Pandangan Islam Mengenai Strategi Pemasaran Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	74
l. Pandangan Islam Mengenai Jual Beli Online Yang Terjadi Di Era Perkembangan Teknologi Informasi	77
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	81
C. Kerangka Berfikir.....	90

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	91
1. Jenis Penelitian	91
2. Pendekatan Penelitian.....	92
B. Subyek Penelitian	92
C. Sumber Data.....	93
1. Data Primer	93

2. Data Sekunder	94
D. Lokasi Penelitian	94
E. Teknik Pengumpulan Data	94
F. Uji Keabsahan Data	96
G. Teknik Analisis Data	100

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Neea “SIB Collection”	102
1. Sejarah Berdirinya Neea “SIB Collection”	102
2. Identitas Neea “SIB Collection”	106
3. Visi dan Misi Neea “SIB Collection”	107
4. Letak Greografis Neea “SIB Collection” Jepara.....	107
5. Struktur Organisasi Neea “SIB Collection”	108
6. Produk-Produk Yang Tersedia Di Neea “SIB Collection”	109
B. Hasil Penelitian	110
1. Hasil Penelitian Tentang Perubahan Perilaku Konsumen Pada Konsumen Usaha Neea “SIB Collection”	110
2. Hasil Penelitian Tentang Dampaknya Perubahan Perilaku Konsumen Tersebut Dalam Perancangan Strategi Pemasaran Pada Usaha Neea “SIB Collection”	131
3. Hasil Penelitian Tentang Dampak Perubahan Strategi Pemasaran Tersebut Pada Kenaikan Penjualan Neea “SIB Collection”	157
C. Analisis Data Penelitian	161
1. Analisis Data Tentang Perubahan Perilaku Konsumen Pada Konsumen Usaha Neea “SIB Collection”	161
2. Analisis Data Tentang Pengaruhnya Perubahan Perilaku Konsumen Tersebut Dalam Perancangan Strategi Pemasaran Pada Usaha Neea “SIB Collection”	166
3. Analisis Data Tentang Dampak Perubahan Strategi Pemasaran Tersebut Pada Kenaikan Penjualan Neea “SIB Collection”	172

BAB V: PENUTUP

A. Simpulan	176
B. Keterbatasan Penelitian	177
C. Saran	177
D. Penutup	178

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel Tabel 2.1. Hasil Penelitian Yang Relevan	85
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	90
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	108

