

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Konsep Pemasaran	12
c. Bauran Pemasaran.....	14
d. Pemasaran Syariah	17
2. Lokasi.....	20
a. Pengertian Lokasi	20
b. Pemilihan Lokasi	20
c. Lokasi dalam Konsep Syariah.....	22
3. Figure Pemilik	23
a. Pengertian <i>Figure</i> Pemilik	23
b. Profil Wirausahawan.....	23
c. Karakteristik Wirausahawan	24
d. Ciri Wirausahwan	25
e. Figure Wirausahawan Muslim	25
4. Etika Bisnis Islam.....	27
a. Pengertian Etika Bisnis Islam	27

b. Konsep Etika Bisnis Islam	29
c. Implementasi Etika Bisnis Islam	30
5. Keputusan Pembelian	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian	31
b. Proses Keputusan pembelian	31
c. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
d. Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam	36
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berfikir	45
D. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	50
B. Setting Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel	51
D. Identifikasi Variabel	52
E. Variabel Operasional	53
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	65
1. Gambaran Objek Penelitian	65
2. Deskripsi Responden	67
3. Deskripsi Data penelitian	69
4. Analisis Data	81
a. Uji Validitas	81
b. Uji Reliabilitas	82
5. Uji Asumsi Klasik	83
a. Uji Multikolonieritas	83
b. Uji Autokorelasi	84
6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	87
7. Uji Hipotesis	89
B. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	53
Tabel 4.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	68
Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	69
Tabel 4.4 Responden Variabel Lokasi.....	69
Tabel 4.5 Responden Variabel Figure pemilik.....	71
Tabel 4.6 Responden Variabel Etika Bisnis Islam.....	75
Tabel 4.7 Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	84
Tabel 4.12 Durbin – Watson.....	85
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji R2.....	89
Tabel 4.15 Hasil Uji R2 Parsial (X1).....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji R2 Parsial (X2).....	90
Tabel 4.17 Hasil Uji R2 Parsial (X3).....	90
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.19 Hasil Uji T Parsial (X1).....	92
Tabel 4.20 Hasil Uji T Parsial (X2).....	93
Tabel 4.21 Hasil Uji T Parsial (X3).....	93
Tabel 4.22 Hasil Uji T.....	94

DAFTAR GAMBAR / GRAFIK

Gambar 4.1 Grafik Struktur CV. Mubarakatan Thoyyibah ..	66
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	86
Gambar 4.3 Grafik Normal P- Plot.....	87

