

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Manfaat Penelitian.....	14
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Segmentasi.....	17
1. Pengertian	17
2. Manfaat	17
3. Tingkatan	18
4. Dasar Segmentasi Pasar Konsumen.....	21
5. Proses Melakukan Segmentasi Pasar	23
6. Syarat Segmentasi.....	26
7. Posisi Pasar	25
8. Target Pasar	29
B. Harga	31
1. Pengertian	31
2. Harga dalam Perspektif Islam.....	32
3. Ruang Lingkup Teori Harga	37
4. Perana Harga.....	43
5. Peranan Harga dalam Keputusan Pembelian	44
6. Hubungan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
C. Keragaman Produk	45
1. Pengertian Produk.....	45
2. Hiraki Produk.....	50
3. Indikator Keragaman Produk	52
D. Minat Beli.....	53
E. Hasil Data Terdahulu.....	57

F. Kerangka Berfikir.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Jenis dan Pendekatan.....	60
B. Setting Penelitian.....	61
C. Subyek Penelitian.....	61
D. Sumber Data.....	62
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	62
F. Uji Keabsahan Data.....	65
G. Tehnik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	68
1. Profil dan Sejarah Toko Jenang Aliya.....	68
2. Struktur Organisasi Toko Jenang Aliya Kudus.....	69
3. Visi dan Misi Toko Jenang Aliya Kudus.....	71
4. Letak Geografis Toko Jenang Aliya Kudus.....	71
5. Ruang Lingkup Toko Jenang Aliya Kudus.....	71
B. Deskripsi Data Penelitian.....	73
1. Data Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	74
2. Faktor Penghambat Analisis Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	80
3. Solusi Faktor Penghambat Analisis Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	82
C. Analisis Data Penelitian.....	83
1. Analisis Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	83
2. Analisis Faktor Penghambat Analisis Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	92
3. Solusi Faktor Penghambat Analisis Segmentasi Pasar, Harga, dan Keragaman Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.....	93
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	96

B. Saran-saran 97



DAFTAR TABEL

2.1 Strategi Penetapan Harga	40
2.2 Kerangka Berfikir	59
4.1 Sumber Daya Manusia Toko Jenang Aliya Kudus	70

