

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TRANSLITERASI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	x
MOTTO	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Konsep dan Teori	16
C....Kerangka Pemikiran	40
D. Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Objek Penelitian	49
B. Metode Penelitian	49
C. Operasionalisasi Variabel	50
D. Populasi dan Sampel	54
E. Jenis Data	55
F. Sumber Data	56
G. Teknik Pengumpulan Data	56
H. Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Pemasaran Islami	69
B. Gambaran Umum @AIMA_ID	70

C. Karakteristik Responden	80
D. Hasil Uji Statistik	83
E. Pengaruh Variabel Efektivitas Iklan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian di @AIMA_ID	116
F.... Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian di @AIMA_ID	118
G. Pengaruh Variabel Efektivitas Iklan dan Variabel Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian di @AIMA_ID	120
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran atau Rekomendasi	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN – LAMPIRAN	135
RIWAYAT HIDUP	157