

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Kajian Pustaka	8
E. Tujuan Penelitian	12
F. Kegunaan Hasil Penelitian	13
G. Definisi Operasional	14
H. Metode Penelitian	15
I. Sistematika Pembahasan	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Pengertian dan Konsep Pemasaran	22
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen ...	39
C. Proses Pembelian Konsumen	53
BAB III DESKRIPSI INDOMARET	59
A. Profil Indomaret	59
1. Sejarah Indomaret	59
2. Visi dan Budaya Indomaret	63
3. Aktivitas Indomaret	64
4. Lokasi Indomaret	65
5. Kondisi Fisik Indomaret	65
B. Strategi Pemasaran Indomaret	66
BAB IV ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL DALAM BERBELANJA DI INDOMARET	69

A. Analisis Strategi Pemasaran yang dilakukan Indomaret untuk menjadikan mahasiswa UIN Sunan Ampel berbelanja di Indomaret	69
B. Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa UIN Sunan Ampel dalam berbelanja di Indomaret	72
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

