

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teoritik .....	10
1. Strategi .....	10
2. Pasar .....	11
a. Penggolongan Pasar .....	11
b. Potensi Pasar .....	12

3. Strategi Pengembangan Pasar .....	13
a. Segmentasi Pasar .....	14
b. Segmentasi Pasar Konsumen .....	16
c. Segmentasi Pasar Bisnis .....	18
4. <i>Market Share</i> .....	20
a. Pengertian <i>Market Share</i> .....	20
b. Cara Menghitung <i>Market Share</i> .....	21
c. Fungsi <i>Market Share</i> .....	22
5. Ekonomi Islam .....	23
a. Karakter Pemasaran Dalam Syariah .....	26
b. Etika Pemasar Dalam Islam .....	28
6. <i>Market Share</i> Perspektif Ekonomi Islam .....	32
B. Kajian Terdahulu .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Kehadiran Penelitian .....	40
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Sumber Data .....	41
E. Teknik dan Sumber Pengambilan Data.....	42
F. Analisis Data .....	46
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	46
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	49
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
.....	<b>51</b>

A. Gambaran Umum .....	51
B. Paparan Data .....	54
C. Temuan Penelitian .....	89
D. Pembahasan .....	97
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>119</b>
A. Kesimpulan .....	119
B. Saran .....	121
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>122</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>127</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>143</b>