

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Definisi Istilah	12
F. Penelitian Terdahulu.....	13
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Strategi Pemasaran	17
B. Segmenting, Targeting, dan Positioning	18
C. Konsep <i>Qardhul Hasan</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti	35
C. Lokasi Penelitian	36
D. Sumber Data	36
E. Prosedur Pengumpulan Data	37
F. Analisis Data	42
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	44
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	50
A. Paparan Data.....	50
B. Temuan Penelitian	68
C. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR RUJUKAN	88
LAMPIRAN	