

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	8
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Strategi Pemasaran .....	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Pengertian Pemasaran.....	16
3. Pengertian Pemasaran Syariah.....	17

4. Tujuan <i>Marketing Syariah</i> .....	18
5. Konsep <i>Marketing Syariah</i> .....	19
6. Fungsi dan Tujuan Pemasaran .....	20
7. Pengertian Strategi Pemasaran .....	21
B. Minat Konsumen .....	27
1. Pengertian Minat.....	27
2. Pengertian Konsumen .....	27
3. Kepuasan Konsumen .....	30
4. Pengertian Minat Konsumen .....	30
5. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	33
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Kehadiran Peneliti .....	37
C. Lokasi Penelitian .....	39
D. Sumber Data .....	39
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	41
F. Analisis Data .....	44
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
H. Tahap-tahap Penelitian .....	48
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN .....	52
A. Gambaran Umum .....	52
B. Paparan Data.....	57

C. Temuan Penelitian .....	73
D. Pembahasan .....	75
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran .....	87
DAFTAR RUJUKAN .....	88
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	93
RIWAYAT HIDUP .....	108