

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Penelitian Terdahulu.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	17
A. Strategi Pemasaran	17
B. Tinjauan Tentang <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	18
1. <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar)	18
2. <i>Targeting</i> (Penempatan Pasar)	21
3. <i>Positioning</i> (Menentukan Posisi Pasar)	25
C. Lazisma (<i>Layanan Berbasis Jama'ah</i>)	27
D. Analisis SWOT.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Peneliti	32
C. Lokasi Penelitian	33
D. Sumber Data	33
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	34
F. Analisis Data	36

G. Pengecekan Keabsahan Data.....	37
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	38
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN	
PEMBAHASAN.....	41
A. PAPARAN DATA.....	52
B. TEMUAN PENELITIAN.....	62
C. PEMBAHASAN PENELITIAN.....	63
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69
DAFTAR RUJUKAN.....	70
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	