

## 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 LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Definisi Istilah .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Pengertian Strategi .....	9
B. Pengertian Pemasaran .....	11
C. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
D. Pengertian Strategi pemasaran .....	14
E. Komponen Strategi Pemasaran.....	18
F. Tipe Strategi Pemasaran .....	21

G. Konsep Pemasaran .....	22
H. Pemasaran dalam Islam.....	25
I. Penelitian Terdahulu.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Penelitian.....	36
D. Sumber Data.....	37
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	38
F. Analisis Data.....	40
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	40
H. Tahapan Penelitian.....	43
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN</b>	
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Paparan Data .....	45
B. Data Lapangan.....	50
C. Temuan Peneliti.....	60
D. Pembahasan.....	63
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>95</b>

