

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Definisi Istilah.....	6
F. Kajian Peneliti Terdahulu	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pemasaran	11
B. Perkembangan Manajemen Pemasaran.....	12
C. Strategi Pemasaran	18
D. Pemasaran syariah.....	19
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20
F. <i>Implementasi</i> Bauran Pemasaran Syariah	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Kehadiran Penelitian	34
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Sumber Data.....	35
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
F. Analisis Data	39
G. Teknik Analisis Data.....	41
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	42
I. Tahap-tahap Penelitian.....	46

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Paparan Data	48
C. Temuan Penelitian	65
D. Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran	80

DAFTAR RUJUKAN.....	81
---------------------	----

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	83
-----------------------------------	----

INTRUMEN PENELITIAN	85
---------------------------	----

LAMPIRAN.....	88
---------------	----

RIWAYAT HIDUP	95
---------------------	----