

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	22
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	22
B. Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	25
C. Model Komunikasi Pemasaran .....	27
D. Elemen-Elemen Komunikasi Pemasaran.....	29

E.	Proses Komunikasi Pemasaran.....	31
F.	Media Komunikasi Pemasaran .....	37
G.	Pengertian BMT .....	45
H.	Prinsip-Prinsip BMT.....	47
I.	Fungsi BMT .....	48
BAB III METODE PENELITIAN .....		49
A.	Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	49
B.	Kehadiran Peneliti .....	50
C.	Lokasi Penelitian .....	51
D.	Sumber Data.....	51
E.	Prosedur Pengumpulan Data.....	52
F.	Analisis Data .....	58
G.	Pengecekan Keabsahan Data.....	60
H.	Tahap-Tahap Penelitian .....	61
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
A.	Paparan Data .....	65
B.	Temuan Penelitian .....	85
C.	Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP .....		99
A.	KESIMPULAN .....	99
B.	PENUTUP.....	100
DAFTAR RUJUKAN.....		101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		106