

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PESETUJUAN.....	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.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Kajian Terdahulu.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Teoritik.....	13
1. Pengertian Implementasi.....	13
2. Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	14
a. Pengertian Strategi.....	14
b. Pengertian Pemasaran.....	16
c. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	18
d. Komponen-komponen dalam <i>Marketing Mix</i> .....	19
3. Konsep <i>Marketing Mix</i> Syariah.....	23
a. Pengertian Pemasaran Syariah.....	23
b. <i>Marketing Mix</i> Syariah.....	26
4. Eksistensi.....	40
5. Masyarakat.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Kehadiran Peneliti.....	48
C. Lokasi Penelitian.....	49
D. Sumber Data.....	50
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	51
F. Analisis Data.....	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	59
H. Tahap-tahap Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	71
A. Gambaran Umum.....	71
B. Paparan Data.....	72
C. Temuan Penelitian.....	81
D. Pembahasan.....	83

BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR RUJUKAN .....	94
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98
RIWAYAT HIDUP.....	107