

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu	10
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kajian tentang Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	14
2. Unsur-unsur Strategi Pemasaran	16
3. Bauran Pemasaran Syariah.....	17
B. Kajian Tentang Resto	21
1. Pengertian Resto	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Kehadiran Peneliti	24
C. Lokasi Penelitian	24
D. Sumber Data	25
E. Prosedur Pengumpulan Data	26
F. Analisis Data	32
G. Pengecekan Keabsahan Data	34
H. Tahap-Tahap Penelitian	37
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	39
A. Paparan Data	39
B. Temuan Penelitian	41
C. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR RUJUKAN	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76
RIWAYAT HIDUP	