

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Peneliti.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
A. Strategi.....	15
1. Pengertian Strategi.....	15
2. Komponen-Komponen Strategi.....	16
3. Jenis-Jenis Strategi.....	17

B. Pemasaran.....	18
1. Pengertian Pemasaran.....	18
2. Konsep Dalam Pemasaran.....	19
C. Strategi Pemasaran.....	21
1. Pengertian Strategi pemasaran.....	21
2. Tujuan Strategi Pemasaran.....	22
3. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	23
4. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	25
D. Pemasaran Syariah.....	30
1. Pengertian Pemasaran Syariah.....	30
2. Tujuan Pemasaran Syariah.....	31
3. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	33
E. Minat Beli Konsumen.....	34
1. Pengertian Konsumen.....	34
2. Prilaku Konsumen.....	35
3. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	41
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
B. Kehadiran Peneliti.....	44
C. Lokasi Penelitian.....	44
D. Sumber Data.....	44
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	47

F. Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	51
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	56
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN	
PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum.....	58
B. Paparan Data.....	63
C. Temuan Penelitian.....	77
D. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR RUJUKAN.....	93
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	116