

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	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	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah	10
F. Kajian Penelitian Terdahulu	11
BAB II KAJIAN TEORI	16
A. Kajian Teoretis	16
1. Definisi Strategi.....	16
2. Definisi Pemasaran	18
3. Strategi Pemasaran.....	20
4. <i>Marketing syariah</i>	27
5. Produk	34
6. Penjualan	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Kehadiran Penelitian	43
C. Lokasi Penelitian	43

D. Sumber Data.....	43
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	45
F. Analisis Data.....	47
G. Pengecekan Keabsahan Data	48
H. Tahap-tahap Penelitian	50
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN	
PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Objek Penelitian	51
B. Paparan Data	57
C. Temuan Penelitian.....	78
D. Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR RUJUKAN	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104
RIWAYAT HIDUP.....	125