

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSERTUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
F. Kajian Terdahulu	10
BAB II: KAJIAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	17
B. Prilaku Konsumen	22
C. Strategi Pemasaran Islam	27
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Kehadiran Peneliti	30
C. Lokasi Penelitian	30

D. Sumber Data.....	30
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
F. Analisi Data.....	35
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	37
H. Tahap-tahap Penelitian	39
BAB IV: PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	41
B. Paparan Data	53
C. Temuan Penelitian	61
D. Pembahasan	63
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR RUJUKAN	73
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT HIDUP.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu	13
Tabel 1.2 Marketing Mix Syariah.....	22