

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah	8
F. Kajian Terdahulu.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi pemasaran.....	10
1. Pengertian Startegi Pemasaran	10
2. Fungsi Strategi pemasaran.....	11
3. Tujuan Startegi Pemasaran.....	12
4. Langkah-langkah Starategi Pemasaran	13
5. Pengertian pemasaran perspektif Islam.....	13

B. Pengertian Pariwisata	31
--------------------------------	----

BAB III Metode Penelitian

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Kehadiran Peneliti.....	42
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Sumber Data.....	43
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	45
F. Analisis Data.....	46
G. Keabsahan Data	48
H. Tahap-tahap Penelitian.....	49

BABIV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data	51
1. Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Talang Siring	51
2. Strategi marketing mix Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Pantai Talang Siring.....	54
3. Faktor pendukung dan penghambat strategi marketing mix di pantai talang siring	59
B. Temuan Penelitian.....	66
C. Pembahasan.....	69
1. Strategi marketing mix Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Pantai Talang Siring	73
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi marketing mix wisata pantai talang siring.....	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 79

B. Saran..... 80

DAFTAR PUSTAKA..... 81

PERNYATAAN SURAT KEASLIAN TULISAN 84

LAMPIRAN-LAMPIRAN 85

RIWAYAT HIDUP 113