

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Strategi Pemasaran .....	15
B. Konsep Pemasaran .....	17
C. Bauran Pemasaran .....	18

D. Modal Usaha Barokah.....	24
E. Baitul Maal Wat Tamwil.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Penelitian .....	32
C. Lokasi Penelitian .....	32
D. Sumber Data.....	33
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	34
F. Analisis Data.....	37
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	39
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	42
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN</b>	
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum.....	44
B. Paparan Data .....	72
C. Temuan Peneliian.....	79
D. Pembahasan.....	82
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. KESIMPULAN .....	94
B. SARAN .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>