

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah .....	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
A. Kajian Teoritik tentang Pemasaran offline dan Online .....	15
1. Pengertian Pemasaran .....	15
2. Tujuan Pemasaran .....	16
3. Fungsi Pemasaran .....	17

4. Konsep Marketing Mix .....	18
5. Pengertian Pemasaran Offline dan Pemasaran Online.....	23
6. Strategi Pemasaran Offline dan Online.....	24
7. Kelebihan dan Kelemahan Pemasaran Offline dan Online.....	27
B. Kajian Teoritik Pemasaran Syariah .....	30
1. Pemasaran Syariah .....	30
2. Konsep Pemasaran Syariah.....	31
3. Karakteristik Pemasaran Syariah .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Kehadiran Peneliti .....	42
C. Lokasi Penelitian .....	42
D. Sumber Data .....	42
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	44
F. Analisis Data.....	49
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	51
H. Tahap-tahap Penelitian .....	53
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN,</b>	
<b>DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum .....	55
B. Paparan Data.....	58
C. Temuan Penelitian .....	109
D. Pembahasan .....	110
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>128</b>

A. Kesimpulan.....	128
B. Saran .....	129
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>161</b>