

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 LAMPIRAN. | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| E. Definisi Istilah. | 6 |
| F. Kajian Penelitian Terdahulu. | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 14 |
| A. Kajian Teoritis | 14 |
| B. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. | 18 |
| BAB III METODE PENELITIAN. | 31 |
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian | 31 |
| B. Kehadiran Peneliti | 32 |
| C. Lokasi Penelitian. | 33 |

| | |
|---|-----------|
| D. Sumber Data..... | 34 |
| E. Prosedur Pengumpulan Data..... | 35 |
| F. Analisis Data..... | 39 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data..... | 39 |
| H. Tahap-Tahap Penelitian..... | 42 |
| BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN. | 43 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 43 |
| B. Paparan Data..... | 46 |
| C. Temuan Penelitian..... | 55 |
| D. Pembahasan..... | 56 |
| BAB V PENUTUP..... | 63 |
| A. Kesimpulan..... | 63 |
| B. Saran..... | 64 |
| DAFTAR RUJUKAN..... | 65 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| RIWAYAT FIDUP | |