

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
ABSTRAK .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Definisi Istilah.....	11
F. Kajian Terdahulu .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>21</b>
A. Pemasaran Syari'ah .....	21
B. <i>Marketing Mix</i> .....	31
C. <i>Digital Marketing</i> .....	41
D. Meningkatkan Penjualan .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	56

B. Lokasi Penelitian .....	57
C. Kehadiran Peneliti .....	57
D. Sumber Data .....	58
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	59
F. Analisis Data.....	60
G. pengecekan Keabsahan Data .....	63
H. Tahapan Penelitian .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	66
B. Paparan Data dan Temuan Penelitian .....	67
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>85</b>
A. Praktik Marketing Syariah Pada Penjualan Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep.....	85
B. Digital Marketing pada Penjualan Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep.....	92
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	100
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	105
RIWAYAT HIDUP .....	107