

## DAFTAR ISI

<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>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Definisi Istilah.....	5
F. Kajian Terdahulu .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Pengertian Strategi .....	11
B. Pengertian Pemasaran .....	13
C. Pengertian Strategi Pemasaran.....	22
D. Pengertian Strategi Pemasaran Dalam Islam .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Kehadiran Peneliti.....	39
C. Lokasi Penelitian.....	40
D. Sumber Data.....	40
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	42
F. Analisis Data .....	46
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	50
I. Sistematika Penulisan.....	52

<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN</b>	<b>54</b>
.....	
A. Paparan Data .....	54
B. Temuan Penelitian .....	62
C. Pembahasan .....	63
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>