

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	6
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	14
A. Pengertian Manajemen Pemasaran Syariah	14
B. Konsep Strategi Pemasaran Syariah.....	18
C. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21
1. Produk (<i>Product</i>).....	22
2. Harga (<i>Price</i>).....	23
3. Tempat (<i>Place</i>).....	24
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	26

D. Pengertian Pelanggan	28
E. Jenis-Jenis Pelanggan.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Kehadiran Peneliti	30
C. Lokasi Penelitian.....	31
D. Sumber Data.....	31
E. Prosedur Pengumpulan Data	32
F. Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	37
H. Tahap-Tahap Penelitian	38
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN, DAN PEMBAHASAN	40
A. Paparan Data	40
B. Temuan Penelitian.....	51
C. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71

