

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGUJI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Penelitian Terdahulu	10
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kajian Tentang Manajemen Pemasaran Syariah	14
B. Kajian Tentang Segmentasi Pasar	29
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	38
C. Kehadiran Penelitian	39
D. Informan Penelitian	40
E. Jenis dan Sumber Penelitian	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data	44
H. Pengecekan Keabsahan Data	46
I. Tahap-tahap Penelitian	48

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
B. Paparan Data.....	60
C. Temuan Penelitian	88
BAB V PEMBAHASAN	91
A. Karakteristik Pemasaran Syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan	91
B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan	95
C. Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan	102
BAB VI PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111
C. Keterbatasan Studi	112
DAFTAR PUSTAKA	113
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	115
Lampiran 1	116