

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<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>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Teoritik .....	9
1. Pengertian Brand (Merek).....	9
2. Manfaat Brand (Merek).....	10
3. Citra Brand (Merek) .....	13
4. <i>Brand</i> (Merek) dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	16
5. Preferensi.....	18
6. Marketing Syariah .....	21
7. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	26
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Kehadiran Peneliti .....	37
C. Lokasi Penelitian .....	38
D. Sumber Data.....	38
1. Data Primer .....	38

2. Data Sekunder .....	39
E. Objek Penelitian .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
1. Pengumpulan Data dengan Observasi.....	40
2. Pengumpulan Data dengan Wawancara.....	41
3. Pengumpulan Data dengan Dokumentasi .....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	45
1. Meningkatkan Ketekunan .....	45
2. Triangulasi.....	45
I. Tahap-Tahap Penelitian .....	47
1. Tahap Pra Lapangan.....	47
2. Tahap Pekerjaan Lapangan .....	47
3. Tahap Pasca Pekerja Lapangan.....	48
4. Tahap Pelaporan.....	48
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Profil Singkat Toko Abu Ulfa .....	49
1. Gambaran Umum Abu Ulfa.....	49
2. Visi dan Misi Toko Abu Ulfa.....	52
3. Struktur Jabatan Toko Abu Ulfa .....	53
B. Paparan Data .....	55
1. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen.....	55
2. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen dalam Perspektif Marketing Syariah.....	67
C. Temuan Penelitian.....	71
1. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen.....	71
2. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen dalam Perspektif Marketing Syariah.....	73
D. Pembahasan.....	74

1. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen.....	74
2. <i>Brand Image</i> Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen dalam Perspektif Marketing Syariah .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

