

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
A. Konteks Penelitian.....	7
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	
A. Pengertian <i>Marketing</i> .....	12
B. Pengertian Strategi <i>Marketing</i> .....	14
C. <i>Segmentasi, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	18
D. Pengertian Bauran Pemasaran.....	21
E. Pengertian <i>Marketing</i> Islam.....	24
F. Pengertian Volume Penjualan.....	27
G. Pengertian Analisis SWOT.....	28
H. Penelitian Terdahulu.....	30

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Kehadiran Peneliti.....	33
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Sumber Data.....	36
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	39
F. Analisis Data.....	39
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	42
H. Tahapan Penelitian.....	43
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Paparan Data.....	46
B. Data Lapangan.....	58
C. Temuan Penelitian.....	63
D. Pembahasan.....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP