

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teoritis	11
1. Tinjauan Tentang <i>Marketing</i>	11
2. Tinjauan Tentang <i>Spiritual Marketing</i>	13
3. Tinjauan Tentang Kepercayaan	27
B. Kajian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31

B. Kehadiran Peneliti	32
C. Lokasi Penelitian.	32
D. Sumber Data	32
E. Prosedur Pengumpulan Data	34
F. Analisis Data	36
G. Pengecekan Keabsahan Data	37
H. Tahap-tahap Penelitian	37
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN	
DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Paparan Data	39
B. Temuan Penelitian	57
C. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	70
DAFTAR RUJUKAN	72
LAMPIRAN	