

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. LANDASAN TEORI.....	5
1. Strategi Pemasaran.....	5
2. Pemasaran	11
3. Peran dan Fungsi Pemasaran	15
4. Strategi Pemasaran.....	18
5. Bauran Pemasaran.....	19
6. Pemasaran Syariah.....	20
7. Karakteristik Pemasaran Syariah	23
8. Etika Dalam Pemasaran Syariah.....	24
9. Pentingnya Pemasaran Islami	29
10. Bauran Pemasaran Syariah	31
11. Variabel Bauran Pemasaran Syariah.....	32
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	36

C. KERANGKA PEMIKIRAN.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Metode Penelitian	41
B. Sumber Data	41
1. Data primer	42
2. Data Sekunder.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Instrumen Penelitian.....	43
E. Teknik Analisis Data	43
F. Uji Kredibilitas Data	46
G. Tempat dan Waktu Penelitian	50
1. Tempat Penelitian	50
2. Waktu Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Profil Lokasi Penelitian.....	52
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	53
1) Produk (<i>product</i>).....	53
2) Harga (<i>Price</i>)	58
3) Tempat (<i>Place</i>)	59
4) Promosi (<i>Promotion</i>)	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. SIMPULAN.....	65
B. SARAN	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	69