

DAFTAR ISI

Sampul Luar	i
Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Batasan Masalah	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah	13
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Strategi Pemasaran	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Pengertian Pemasaran	18
3. Strategi Pemasaran	21
B. Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam	23
1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah	23
2. Prinsip-prinsip Strategi Pemasaran Syariah	24
3. Karakteristik Pemasaran Syariah	29
C. Bauran Pemasaran	31

1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	31
2. <i>Product</i> (Produk)	32
3. <i>Price</i> (Harga)	36
4. <i>Place</i> (Tempat)	41
5. <i>Promotion</i> (Promosi)	45
D. Loyalitas Konsumen	50
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	53
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen	53
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	54
4. Manfaat Adanya Loyalitas Konsumen Bagi Perusahaan	60
E. Penelitian Terdahulu	61
F. Kerangka Penelitian	69
BAB III METODE PENELITIAN	71
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	71
B. Lokasi Penelitian	73
C. Kehadiran Peneliti	74
D. Data dan Sumber Data.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	77
F. Teknik Analisis Data.....	80
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	83
H. Tahap-tahap Penelitian	85
BAB IV HASIL PENELITIAN	86
A. Deskripsi Objek Penelitian	86
B. Temuan Hasil Penelitian.....	89
C. Analisis Temuan Penelitian	103
BAB V PEMBAHASAN	106
A. Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen	106
B. Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran UD. Lancar Abadi Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen	111
BAB VI PENUTUP	116
A. Kesimpulan.....	116

B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	