

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	xii
ABSTRAK .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	12
1. Strategi Pemasaran .....	12
2. Tahap-tahap Pemasaran .....	13
3. Bauran Pemasaran .....	15
B. Persaingan Usaha .....	19
1. Pengertian Persaingan Usaha .....	19
2. Unsur-unsur Persaingan Usaha.....	20
C. Strategi Pemasaran dalam Hukum Islam .....	22
1. Strategi Pemasaran dalam Islam.....	22

2. Peran Pemasaran.....	23
3. Konsep Pemasaran dalam Islam.....	24
D. UU Nomor 5 Tahun 1999.....	28
E. Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian .....	38
C. Lokasi Penelitian .....	39
D. Kehadiran Peneliti .....	39
E. Sumber Data.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
I. Tahap-tahap Penelitian .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Paparan Data Penelitian .....	50
B. Temuan Penelitian.....	63
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Pelaku Usaha Keset di Desa Jabalsari.....	67
B. Tinjauan Hukum Positif Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Keset di Desa Jabalsari .....	69
C. Tinjauan Hukum Islam Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Keset di Desa Jabalsari .....	71
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>