

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	
Halaman Sampul Dalam	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Motto.....	iii
Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Bagan	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan atau Manfaat Penelitian.....	8
E. Penegasan Istilah	9
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi	13
1. Pengertian Strategi	13

2. Perencanaan Strategi	15
B. Pemasaran	16
1. Pengertian Pemasaran	16
2. Pemasaran Syariah	27
3. Konsep Pemasaran dalam Islam.....	28
C. Pengertian Wisatawan	31
D. Wisata	33
E. Ekonomi Islam	34
1. Definisi Ekonomi Islam	34
2. Prinsip Ekonomi Islam.....	37
3. Ciri-ciri Ekonomi Islam	41
F. Penelitian Terdahulu	43
G. Kerangka Berfikir	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian	51
C. Kehadiran Penelitian	52
D. Data dan Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data	55
F. Teknik Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	57
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data	60

1. Asal Mula Terbentuknya Wisata Hutan Kota.....	60
2. Sejarah Singkat Wisata Nangkula Park	62
B. Temuan Penelitian	66
1. Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan.....	66
2. Kendala – kendala Pemasaran	74
3. Hasil yang Dicapai Pengelola Wisata Hutan Kota dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Wisatawan	76
BAB V PEMBAHASAN	
A. Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.....	83
B. Kendala yang Dihadapi Pengelola dalam Melakukan Strategi	90
C. Hasil yang Dicapai Wisata Hutan Kota dan Wisata Nangkula Park dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan.....	93
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	97
DAFTAR RUJUKAN.....	99
LAMPIRAN.....	105