

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Bahasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Pengertian Strategi	16

B. Pengertian Pemasaran	19
C. Strategi Pemasaran	24
D. Strategi Pemasaran Islami	30
E. Penelitian Terdahulu	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Lokasi	49
C. Kehadiran Penelitian	50
D. Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Teknik Analisis Data.....	56
G. Pengecekan Keabsahan data	59
H. Tahapan Penelitian.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	63
B. Temuan Penelitian	72

BAB V PEMBAHASAN

A. Konsep Pemasaran Yang Dilakukan Pengelola Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam.....	80
B. Kendala – kendala Yang Dihadapi Pihak Wisata Edukasi Kampung Susu dalam melaukan strategi pemasaran.....	84

C. Hasil yang dicapai pengelola wisata edukasi kampung susu dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan	86
--	----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Sarsn.....	89

DAFTAR PUSTAKA.....	91
----------------------------	-----------

LAMPIRAN – LAMPIRAN