

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTACT.....	xvii
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Kegunaan Penelitian.....	20
E. Penegasan Istilah.....	21
F. Sistematika Penulisan.....	24
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>26</b>
A. Strategi Pemasaran.....	26
1) Definisi Strategi Pemasaran.....	26
2) Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	27
3) Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	29
4) Bauran Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	44

	B. Penelitian Terdahulu.....	61
	C. Kerangka Teoritik Penelitian .....	75
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>76</b>
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	76
	B. Kehadiran Peneliti .....	77
	C. Lokasi.....	77
	D. Data dan Sumber Data .....	78
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	79
	F. Analisis Data.....	81
	G. Pengecekan Keabsahan Data .....	82
	H. Tahap-Tahap Penelitian.....	84
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>85</b>
	A. Paparan Data Penelitian .....	85
	B. Paparan Data.....	88
	C. Temuan Penelitian .....	117
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>122</b>
	A. Analisis Strategi Marketing Mix 12P dalam Meningkatkan Brand Image .....	122
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>150</b>
	A. Kesimpulan.....	150
	B. Saran.....	151
	DAFTAR PUSTAKA .....	154
	LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	162