

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan

Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Persembahan	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstrack	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Batasan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian.....	11
G. Definisi Istilah.....	12
H. Sistematika Pembahasan	15

BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	18
A. Strategi Pemasaran	18
1. Pengertian strategi Pemasaran.....	18
2. Perumusan strategi Pemasaran.....	23
3. Konsep Bauran Pemasaran.....	24
B. Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	27
1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah	27
2. Landasan Pemasaran Syariah	30
3. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	32
4. Paradigma Pemasaran Syariah	33
5. Praktik Pemasaran Muhammad.....	35
6. Tujuan Dan Fungsi Pemasaran Syariah.....	45
C. Penjualan Produk.....	48
D. Toko Busana.....	50
E. Penelitian Terdahulu	51
F. Kerangka Penelitian	56
BAB III: METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Kehadiran Peneliti.....	59
D. Sumber Data.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data.....	63

G. Pengecekan Keabsahan Temuan	66
H. Tahap-Tahap Penelitian	68
BAB IV : HASIL PENELITIAN	70
A. Paparan Data	69
B. Temuan Penelitian	76
C. Analisis data.....	88
BAB V : PEMBAHASAN.....	93
BAB VI : PENUTUP.....	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN