

## DAFTAR ISI

<b>HALAM JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Strategi Pemasaran Dalam Islam .....	5
2.2 Jasa Pijat Dalam Islam .....	7
2.3 Strategi STP ( <i>Segmentasi, Targeting dan Positioning</i> ).....	10
2.3.1 <i>Segmentasi</i> .....	10
2.3.2 <i>Targeting</i> .....	11
2.3.3 <i>Positioning</i> .....	12
2.4 Bauran Pemasaran .....	12
2.4.1 Produk .....	12
2.4.2 Harga.....	14
2.4.3 Promosi .....	16
2.4.4 Tempat .....	17

2.6 Penelitian Terdahulu .....	18
2.7 Kerangka Konseptual .....	22
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Kehadiran Penelitian .....	25
3.3 Lokasi Penelitian.....	26
3.4 Kriteria Informan .....	26
3.5 Sumber Data .....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7 Tahap Penelitian.....	27
3.8 Validitas Data.....	28
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Penelitian.....	31
4.2 Strategi STP .....	31
4.2.1 Segmentation.....	31
4.2.2 Targeting .....	32
4.2.3 Positioning .....	33
4.3 Bauran Pemasaran .....	34
4.3.1 Produk.....	34
4.3.2 Harga.....	38
4.3.3 Promosi .....	41
4.3.4 Tempat .....	44
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>59</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>	<b>66</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>69</b>