

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Hotel Syariah.....	7
2.1.1 Pengertian Marketing.....	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran Syariah.....	11
2.1.3 Pengertian Pemasaran Online.....	12
2.1.4 Tujuan Pemasaran.....	13
2.2 Strategi Pemasaran.....	14
2.3 Strategi Pemasaran Syariah.....	17

2.4 Perbedaan Strategi Pemasaran Syariah Dengan Pemasaran Konvensional.....	22
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Konseptual.....	26
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Tempat Dan Waktu .....	30
3.3 Sumber Data.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data. ....	30
3.5 Analisis Data.....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Perusahaan.....	35
4.2 Strategi Pemasaran Green Red Hotel Syariah Jombang.....	36
4.3 Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jombang.....	52
4.4 Strategi Pemasaran Green Red Hote Syariah Jombang Ditinjau Dari Pemasaran Syariah.....	54
4.5 Hasil Penelitian.....	62
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>