

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN	v
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Pemasaran Islam.....	5
2.2 Karakteristik Pemasaran Islam	7
2.3 Perumusan Pemasaran Islam	9
2.4 Bauran Pemasaran Islam	10
2.4.1 <i>Product</i>	10
2.4.2 <i>Price</i>	12
2.4.3 <i>Promotion</i>	13
2.4.4 <i>Place</i>	14
2.4.5 <i>People</i>	16
2.4.6 <i>Process</i>	17
2.4.7 <i>Physical Evidence</i>	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Konseptual	23

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
3.2 Lokasi Penelitian	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Metode Analisis Data	27
3.5 Informan Penelitian	28
3.6 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	29
3.7 Validasi Data.....	32

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian.....	33
4.2 Bauran Pemasaran Islam	33
4.2.1 <i>Product</i>	33
4.2.2 <i>Price</i>	39
4.2.3 <i>Promotion</i>	43
4.2.4 <i>Place</i>	47
4.2.5 <i>People</i>	51
4.2.6 <i>Process</i>	55
4.2.7 <i>Physical Evidence</i>	59

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	71
-----------------------	-----------

DOKUMENTASI.....	89
-------------------------	-----------

BIODATA PENELITI.....	93
------------------------------	-----------