

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
LEMBAR HASIL PLAGIASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Penelitian .....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Pemasaran.....	9
2.1.1. <i>Marketing 4.0</i> .....	11
2.1.2. Urgensi <i>marketing 4.0</i> .....	12
2.2. Pemasaran syariah .....	13
2.2.1. Etika Pemasaran Syariah.....	14
2.2.2. Karakteristik Pemasaran Syariah .....	15
2.2.3. Prinsip Pemasaran Syariah.....	18

2.3.	Penelitian Terdahulu .....	23
2.4.	Kerangka Konseptual.....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	27
3.1.1.	Kehadiran Penelitian.....	27
3.1.2.	Lokasi Penelitian .....	27
3.1.3.	Sumber Data .....	28
3.2.	Fokus Penelitian.....	28
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1.	Wawancara .....	28
3.3.2.	Observasi .....	29
3.3.3.	Dokumentasi.....	29
3.4.	Teknik Analisis Data .....	30
3.4.1.	Reduksi Data ( <i>Data Reduction</i> ).....	30
3.4.2.	Penyajian Data ( <i>Data Display</i> ).....	30
3.4.3.	Menarik Kesimpulan .....	30
3.5.	Uji Keabsahan data .....	30
3.5.1.	Uji kredibilitas .....	30
3.5.2.	Triangulasi Data .....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Profil perusahaan .....	33
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>99</b>
5.1.	Kesimpulan.....	99
5.2.	Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>101</b>