

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Definisi Konsep.....	8
G. Penelitian Terdahulu	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	15
A. Pengertian Strategi Pemasaran	15
B. Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam	16
C. Prinsip-Prinsip Pemasaran Islami	18
D. Karakteristik Pemasaran Islam.....	21
E. Bauran Pemasaran Islam (<i>Marketing Mix</i> Syariah)	23
F. Etika Bisnis Islam	27

G. Minat Beli Konsumen	31
BAB III : METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	34
B. Tahap-Tahap Penelitian	35
C. Instrumen Penelitian.....	36
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Analisis Data	39
G. Pengecekan Keabsahan Tenuan.....	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN	42
A. Paparan Data dan Penemuan Penelitian.....	42
B. Pembahasan.....	54
BAB V : PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65
RIWAYAT HIDUP	69