

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Identifikasi Masalah	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi	14
B. Pengertian Pemasaran	15
C. Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	17
D. Strategi Pemasaran.....	19
E. Pengertian Pemasaran Syariah.....	25
F. Pengertian Home Industri	30
G. Produksi	38
H. Etika Penjualan Dalam Persepektif Islam dan Pengertian Penjualan	44
I. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	49
J. Kerangka Pemikiran.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	56
B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Kehadiran Peneliti.....	58
D. Data dan Sumber Data	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data.....	61
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	62
H. Tahap-Tahap Penelitian	64

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskriptif Objek Penelitian.....	66
B. Paparan Data Penelitian	71
C. Analisis Data	90

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Home Industri Dalam Meningkatkan hasil produksi dan Penjualan	96
B. Kendala dan Solusi Home Industri Dalam Meningkatkan Hasil Produksi dan Penjualan.....	101

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	110
B. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN