

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
ABSTRAK .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Batasan Masalah.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Definisi Istilah .....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	12

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran .....	15
B. <i>Marketing Mix</i> .....	27
C. Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	33
D. Strategi Pemasaran <i>Offline</i> .....	44

E. Etika Pemasaran dalam Islam.....	49
F. Etika Bisnis.....	50
G. Prinsip-prinsip Berbisnis dalam Etika Bisnis Islam .....	54
H. Penelitian Terdahulu yang Relavan.....	58

## **BAB IIIMETODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	60
1. Pendekatan Penelitian.....	60
2. Jenis Penelitian .....	61
B. Lokasi Penelitian .....	62
C. Kehadiran Peneliti .....	63
D. Data dan Sumber Data.....	63
1. Sumber Data Primer .....	64
2. Sumber Data Sekunder .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data .....	65
1. Observasi Partisipasi .....	65
2. Wawancara Mendalam .....	65
3. Dokumentasi.....	65
F. Teknik Analisis Data .....	66
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	67
H. Tahap-tahap Penelitian .....	68

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
1. Sejarah Toko Granada Sumbergempol.....	71

2. Letak Geografis Toko Granada Sumbergempol .....	73
3. Letak Toko Granada .....	76
4. Struktur Organisasi Toko Granada Sumbergempol .....	77
5. Visi dan Misi Toko Granada Sumbergempol .....	80
6. Deskripsi Informan.....	81
B. Paparan Data.....	82
1. Perencanaan Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> ....	82
2. Implementasi Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> ..	94
3. Pengawasan Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> ....	98
4. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> .....	100
<b>BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN</b>	
1. Perencanaan Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> .....	104
2. Implementasi Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> .....	115
3. Pengawasan Sistem Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> .....	116
4. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran <i>Offline</i> .....	117
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	126
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	130