

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	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTARK	xiv

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Penegasan Istilah	11
F. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Ekonomi Syariah	16
B. Strategi Pemasaran	17
C. Produk	38
D. Penjualan	44
E. Penelitian Terdahulu	49

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian	55
C. Kehadiran Peneliti	56
D. Data dan Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Teknik Analisis Data	60
G. Pengecekan Keabsahan Data	62
H. Tahapan-tahapan Penelitian	

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	64
B. Temuan Penelitian	
1. Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk Dalam Meningkatkan Penjualan Konsumen	73
2. Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk Dalam Meningkatkan Penjualan Konsumen Sesuai Dengan Syariah	81

3. Kendala Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Pada Nibra's House Nganjuk	86
--	----

BAB V : PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk	93
B. Analisis Strategi Pemasaran Menurut Ekonomi Syariah	98
C. Analisis Kendala Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Konsumen	102

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA	109
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN