

## 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
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv
Abstrack .....	xv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Batasan Masalah.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Skripsi.....	11

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi .....	13
2. Pengertian Pemasaran .....	14
3. Pengertian Strategi Pemasaran .....	16
4. Bauran Pemasaran .....	17
B. Etika Bisnis Islam	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	25
2. Strategi Pemasaran dalam Islam .....	28

C. Pengembangan Usaha	
1. Pendapatan .....	38
2. Karyawan .....	39
3. Cabang Usaha.....	40
D. Penelitian Terdahulu .....	41
E. Kerangka Berfikir Teoritis .....	50

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian .....	52
C. Kehadiran Peneliti .....	53
D. Data dan Sumber Data .....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	56
H. Tahap Penelitian.....	57

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data .....	59
B. Temuan Penelitian.....	74

### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam Mengembangkan Usaha .....	81
B. Strategi Pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam Mengembangkan Usaha Ditinjau dari Etika Bisnis Islam .....	97

### **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	107
B. Saran.....	108

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**