

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.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian *Marketing Mix*..... 13
2. Pengertian *Marketing Mix* Syariah..... 15
3. Komponen *Marketing Mix* 16

B. Volume Penjualan

1. Pengertian Volume Penjualan..... 33
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan 35

C. Penelitian Terdahulu..... 38

D. Kerangka Berfikir..... 47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 49

B. Lokasi Penelitian 49

C. Kehadiran Peneliti 50

D. Data dan Sumber Data..... 51

E. Teknik Pengumpulan Data..... 52

F. Teknik Analisis Data 53

G. Pengecekan Keabsahan Data..... 55

H. Tahap-Tahap Penelitian 56

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Toko Ikan Hias IFTA TULUNGAGUNG

1. Sejarah..... 58
2. Lokasi..... 59

3. Produk	59
B. Paparan Data	
1. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Budidaya Ikan Hias pada IFTA TULUNGAGUNG.....	60
2.. Dampak Peningkatan Volume Penjualan Ikan Hias pada IFTA TULUNGAGUNG	74
C. Tabel Uji Triangulasi.....	76
D. Temuan Penelitian	82

BAB V PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Budidaya Ikan Hias dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	86
B. Dampak Peningkatan Volume Penjualan Ikan Hias.....	94

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN