

## **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 Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv

## **BAB I PENDAHULUAN**

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah .....	9
G. Sistematika Penulisan.....	11

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran .....	13
1. Strategi Pemasaran .....	13
2. Bauran Pemasaran .....	18
a. Produk ( <i>Product</i> ) .....	19
b. Harga ( <i>Price</i> ) .....	22
c. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	26
d. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	27
B. Pemasaran Syariah .....	30
C. Penjualan .....	33
D. Faktor-Faktor dalam Strategi Pemasaran .....	34
E. Penelitian Terdahulu .....	39

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Kehadiran Peneliti .....	47
D. Data dan Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data .....	49
F. Teknik Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	51
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	53

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Profil Objek Penelitian .....	55
B. Temuan Penelitian.....	60
C. Analisis Data .....	76

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya dalam Meningkatkan Volume Penjualan .....	84
B. Faktor-Faktor yang Menjadi Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya .....	91

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**