

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	15
C. Fokus Penelitian	16
D. Tujuan Penelitian	17
E. Manfaat Penelitian	18
F. Penegasan Istilah.....	19
G. Sistematika Penulisan Skripsi	23

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran.....	26
B. Omzet Penjualan	34
C. Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i>	40
D. Bauran Pemasaran <i>dalam</i> Prespektif Ekonomi Syariah	59
E. Penelitian Terdahulu	68
F. Kerangka Konseptual	78

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	80
B. Lokasi Penelitian	81
C. Kehadiran Peneliti	81
D. Data dan Sumber Data	82
E. Teknik Pengumpulan Data	84
F. Teknik Analisis Data	87
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	90
H. Tahap-tahap Penelitian.....	92

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	94
B. Temuan Penelitian.....	103

C. Analisis Data	134
------------------------	-----

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam Meningkatkan Omzet Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	143
B. Dampak yang ditimbulkan saat Menerapkan Strategi Bauran Pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	154
C. Kendala yang dihadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung saat Menerapkan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan serta Upaya untuk Mengatasinya	157

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	160
B. Saran.....	165

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN