

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Keaslian Tulisan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Batasan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	12

G. Sistematika Penulisan	13
--------------------------------	----

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	15
B. Marketing Mix	17
C. Komponen Strategi Pemasaran	27
D. Strategi Pemasaran Perspektif Islam	31
E. Penelitian Terdahulu	46
F. Kerangka Befikir	50

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	51
B. Lokasi Penelitian	51
C. Kehadiran Peneliti	52
D. Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisis Data	57
G. Pengecekan Keabsahan Data	59
H. Tahap – Tahap Penelitian	61

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga	63
1. Sejarah berdirinya Konveksi Mukena Bordir Tulungagung	63
2. Visi dan Misi	63

B. Paparan Data	65
1. Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Omzet Penjualan	65
2. Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam	83
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Strategi Pemasaran Konveksi Mukena Bordir Tulungagung ...	91
B. Strategi Pemasaran Konveksi Mukena Bordir Tulungagung menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	99
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109