

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 Diagram	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Identifikasi Masalah	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Definisi Istilah	11
G. Sistematika Penulisan	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritis.....	15
1. Strategi Bauran Pemasaran.....	15
2. Pengembangan Produk.....	33
3. Analisis SWOT.....	40
4. Prinsip Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam.....	50
B. Penelitian Terdahulu.....	52
C. Kerangka Berfikir.....	56

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Data dan Sumber Data.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Analisis Data.....	63
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	64
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	65

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
1. Sejarah berdirinya UD. Crafirafi.....	67
2. Visi, Misi dan Tujuan UD. Crafirafi.....	68
3. Lokasi Penelitian.....	69
4. Struktur Organisasi UD. Crafirafi.....	70

B. Pemaparan Data Penelitian	72
C. Temuan Penelitian	86
1. Tentang Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengembangkan Produk Kerajinan Bambu UD. Crafirafi	86
2. Analisis SWOT strategi bauran pemasaran dalam mengembangkan produk kerajinan bambu UD. Crafirafi.....	89

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran Yang Sesuai Dengan Perspektif Ekonomi Islam Dalam Mengembangkan Produk Kerajinan Bambu UD. Crafirafi	106
B. Analisis SWOT Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengembangkan Produk Kerajinan Bambu UD. Crafirafi	120

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	126
B. Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN