

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan.....	vi
Halamn Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Diagram	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Kerangka	xv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
<i>Abstract</i>	xix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10

C. Tujuan Penelitian	11
D. Batasan Masalah	11
E. Manfaat Penelitian	12
F. Penegasan Istilah	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	17

BAB II: KAJIAN TEORI

A. Strategi Pemasaran.....	19
1. Pengertian Strategi.....	19
2. Pengertian Pemasaran.....	21
3. Penfertian Strategi Pemasaran	23
4. Konsep Pemasaran.....	29
5. Tujuan Dan Fungsi Pemasaran	31
6. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	32
B. Penjualan	47
1. Pengertian Penjualan	47
2. Tujuan Penjualan	48
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	48
C. Strategi Pemasaran Dalam Islam.....	50
D. Penelitian Terdahulu.....	54
E. Kerangka Berikir	63

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	64
B. Lokasi Penelitian.....	65
C. Kehadiran Penelitian.....	66
D. Data dan Sumber Data.....	68
E. Teknik Pengumpulan Data.....	69
F. Teknik Analisis Data	71
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	72
H. Tahap-tahap Penelitian	73

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data.....	76
1. Lokasi Penelitian	76
2. Kondisi Fisik.....	76
3. Sejarah Toko Cinta Bunda <i>BabyShop</i>	77
4. Visi Dan Misi.....	78
5. Struktur Organisasi	78
B. Temuan Penelitian	81
1. Strategi Pemasaran Produk (<i>Product</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	81
2. Strategi Pemasaran Harga (<i>Price</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	86

3. Strategi Pemasaran Promosi (<i>Promotion</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	90
4. Strategi Pemasaran Tempat (<i>Place</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	92
5. Strategi pemasaran (<i>product, price, promotion, place</i>) Toko Cinta Bunda dalam Meningkatkan Omzet Penjualan dalam Perspektif Islam	96
C. Analisis Data.....	100

BAB V: PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk (<i>Product</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	106
B. Strategi Pemasaran Harga (<i>Price</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	108
C. Strategi Pemasaran Promosi (<i>Promotion</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	110
D. Strategi Pemasaran Tempat (<i>Place</i>) Pada Toko Cinta Bunda Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	111
E. Strategi pemasaran (<i>product, price, promotion, place</i>) Toko Cinta Bunda dalam Meningkatkan Omzet Penjualan dalam Perspektif Islam	114

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA