

## 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 Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
Abstract .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8

D. Identifikasi Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Kerangka Teoritis.....	11
H. Sistematika Penulisan .....	12

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Pemasaran .....	14
B. Strategi Pemasaran.....	15
1. Penegertian Strategi pemasaran .....	15
C. Persaingan Bisnis .....	17
1. Pihak – pihak yang bersaing .....	18
2. Cara Persaingan .....	18
3. Barang Dan Jasa Yang Dipersaingkan.....	19
D. Etika Bisnis Islam .....	20
E. Konsep Pemasaran Dalam Islam .....	22
F. Marketing <i>Mix</i> .....	25
G. Penelitian Terdahulu .....	26
H. Kerangka Konseptual.....	30

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Kehadiran Peneliti.....	32

D. Data Dan Sumber Data .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	39
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	40

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Data.....	43
B. Temuan Peneliti .....	52
C. Analisa Data .....	68

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Perencanaan Pemasaran Distribtor Ikan Konsumsi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis .....	72
B. Implementasi Pemasaran Distributor Ikan Konsumsi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis .....	75
C. Kesesuaian Pemasaran Ikan Konsumsi Dengan Etika Bisnis Islam ....	77

#### **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	84

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**