

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. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	16
1. Strategi Pemasaran	16
a) Definisi Strategi	16
b) Definisi Pemasaran.....	19
c) Definisi Strategi Pemasaran	20
d) Perumusan Strategi Pemasaran	22
e) Marketing Mix	26
2. Marketing Syariah.....	33
a) Pengertian Strategi Marketing Syariah	33
b) Tujuan Dan Fungsi Marketing Syariah	39

c) Karakteristik Marketing Syariah	40
d) Strategi Marketing Syariah	46
e) Mekanisme Marketing Syariah	47
3. Penjualan	48
B. Penelitian Terdahulu	50
C. Kerangka Konseptual	56

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Sumber Data.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Analisis Data.....	64
G. Pengecekan Keabsahan	67
H. Tahap-Tahap Penelitian	67

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil Ud Surya Manalagi.....	69
1. Sejarah	69
2. Tujuan Perusahaan	70
3. Struktur Organisasi Dan Tugasnya	71
B. Temuan Penelitian	74
1. Strategi Marketing Mix Yang Diterapkan UD Surya Manalagi ...	74
2. Marketing Syariah Yang Diterapkan UD Surya Manalagi	92
3. Hambatan Dan Solusi Industri Kerupuk UD Surya Manalagi.....	103
4. Analisis Peningkatan Penjualan Pada UD Surya Manalagi	108

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Marketing Yang Digunakan UD Surya Manalagi Dalam Meningkatkan Penjualan.....	122
B. Implementasi Marketing Syariah Yang Diterapkan UD Surya Manalagi Dalam Meningkatkan Penjualan	130

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	137
B. Saran	138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN