

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Batasan Masalah.....	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	15

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

A. Penjualan.....	18
1. Pengertian Penjualan.....	18
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	20
3. Jenis-Jenis Penjualan.....	21
4. Tujuan Penjualan.....	22
B. Strategi Pemasaran	23
1. Pengertian Strategi	23

2. Pengertian Pemasaran	24
3. Pengertian Strategi Pemasaran	26
C. Strategi Segmentasi Pasar, Target Pasar, Posisi Pasar	27
1. <i>Segmentation</i> (Segmentasi Pasar)	29
a. Pengertian Segmentasi Pasar.....	29
b. Dasar-Dasar Segmentasi Pasar.....	30
c. Pola Segmentasi Pasar.....	32
d. Kriteria Pemanfaatan Segmen Pasar	33
e. Manfaat Segmentasi Pasar	35
2. <i>Targeting</i> (Target Pasar)	36
a. Pengertian Target Pasar.....	36
b. Penetapan Target Pasar	37
c. Jenis-Jenis Pasar Sasaran	39
d. Kriteria Mendapatkan Pasar Sasaran yang Optimal.....	40
3. <i>Positioning</i> (Posisi Pasar)	42
a. Pengertian Posisi Pasar	42
b. Dasar Penentuan Posisi Pasar.....	44
c. Kesalahan-Kesalahan dalam Menentukan Posisi Pasar	46
D. Strategi Promosi Ekonomi Islam Melalui <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi).....	47
1. Pengertian Promosi	47
2. Fungsi Promosi.....	48
3. Tujuan Promosi	48
4. Ekonomi Islam Tentang Promosi.....	49
5. Ekonomi Islam Tentang <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi).....	49
a. Pengertian Penjualan Pribadi	49
b. Tujuan Penjualan Pribadi	51
c. Sifat-Sifat Penjualan Pribadi.....	51
d. Bentuk-Bentuk Penjualan Pribadi.....	52
e. Kategori Penjualan Pribadi	53
f. Ekonomi Islam Tentang Penjualan Pribadi.....	54

g. Proses Penjualan Pribadi.....	56
E. Beton Pracetak (<i>Precast</i>).....	58
1. Pengertian Beton	58
2. Pengertian Beton Pracetak (<i>Precast</i>)	59
F. Penelitian Terdahulu	60
G. Kerangka Berfikir.....	67
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	70
B. Lokasi Penelitian.....	71
C. Kehadiran Peneliti.....	72
D. Instrumen Penelitian.....	72
E. Sumber Data.....	73
F. Teknik Pengumpulan Data.....	74
G. Teknik Analisis Data.....	76
H. Pengecekan Keabsahan Temuan	78
I. Tahap-Tahap Penelitian	81
BAB IV: HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
B. Paparan Data	89
1. Paparan Mengenai Strategi Segmentasi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	99
2. Paparan Mengenai Strategi Target Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	110
3. Paparan Mengenai Strategi Posisi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	117
4. Paparan Mengenai Strategi Promosi Penjualan Pribadi Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	127
C. Temuan Penelitian.....	137
1. Temuan Mengenai Strategi Segmentasi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	138

2. Temuan Mengenai Strategi Target Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	143
3. Temuan Mengenai Strategi Posisi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	145
4. Temuan Mengenai Strategi Promosi Penjualan Pribadi Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	149

BAB V: PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Segmentasi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	156
B. Analisis Strategi Target Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	160
C. Analisis Strategi Posisi Pasar dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	164
D. Analisis Strategi Promosi Penjualan Pribadi Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Mahardika Beton.....	167

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	171
B. Saran.....	172

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN