

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	14

1. Definisi Strategi Pemasaran	14
2. Tujuan Strategi Pemasaran	16
B. Bauran Pemasaran Syariah.....	17
1. Definisi Bauran Pemasaran Syariah	17
2. Variabel Bauran Pemasaran Syariah	18
a. Produk Syariah.....	18
b. Harga Syariah	21
c. Tempat/Saluran Distribusi Syariah.....	25
d. Promosi Syariah.....	27
e. <i>Promise</i> (janji) Syariah	30
C. Penjualan	31
1. Definisi Penjualan	31
2. Indikator Penjualan.....	32
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	33
4. Jenis Penjualan	34
5. Penjualan dalam Pandangan Islam	34
D. Industri Batik.....	35
1. Definisi Industri Batik	35
2. Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Produksi Batik.....	36
E. Penelitian Terdahulu	38
1. Strategi Pemasaran Produk Berdasarkan Syariah	38
2. Strategi Pemasaran Harga Berdasarkan Syariah	39

3. Strategi Pemasaran Tempat/Saluran Distribusi Berdasarkan Syariah.....	41
4. Strategi Pemasaran Promosi Berdasarkan Syariah.....	42
5. Strategi Pemasaran <i>Promise</i> Berdasarkan Syariah.....	44
F. Kerangka Berfikir.....	46

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Kehadiran Penelitian.....	49
D. Data dan Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Teknik Analisis Data.....	54
G. Keabsahan Data.....	56
H. Tahap Penelitian.....	57

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data.....	58
1. Sejarah Batik Liris Manis Tulungagung.....	58
2. Lokasi Batik Liris Manis Tulungagung.....	60
3. Visi dan Misi Batik Liris Manis Tulungagung.....	60
4. Struktur Organisasi Batik Liris Manis Tulungagung.....	61
B. Temuan Penelitian.....	62
1. Strategi Produk Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan.....	62

2. Strategi Harga Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	68
3. Strategi Tempat/Saluran Distribusi Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	71
4. Strategi Promosi Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	73
5. Strategi <i>Promise</i> Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	79
C. Analisis Data	82
1. Strategi Produk Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	82
2. Strategi Harga Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	83
3. Strategi Tempat/Saluran Distribusi Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	84
4. Strategi Promosi Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	84
5. Strategi <i>Promise</i> Berdasarkan Syariah untuk Meningkatkan Penjualan	85

BAB V : PEMBAHASAN

1. Strategi Produk untuk Meningkatkan Penjualan Batik Liris Manis Tulungagung	87
---	----

2. Strategi Harga untuk Meningkatkan Penjualan Batik Liris Manis Tulungagung	89
3. Strategi Tempat/Saluran Distribusi untuk Meningkatkan Penjualan Batik Liris Manis Tulungagung	91
4. Strategi Promosi untuk Meningkatkan Penjualan Batik Liris Manis Tulungagung	93
5. Strategi Promise untuk Meningkatkan Penjualan Batik Liris Manis Tulungagung	95

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN