

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7

F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Strategi	14
B. Pemasaran.....	15
C. Strategi Pemasaran	15
D. Bauran Pemasaran	21
E. Volume Penjualan	23
F. Wirausaha.....	23
G. Pemasaran Perspektif Manajemen Bisnis Syariah	25
H. Penelitian Terdahulu	29
I. Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Kehadiran Peneliti	40
D. Data dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknis Analisis Data	43
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	45

H. Tahap-Tahap Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	49
A. Paparan Data	49
B. Temuan Penelitian.....	61
C. Hasil Analisis Wawancara.....	69
BAB V PEMBAHASAN	78
A. Straregi Pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produk?	78
B. Hambatan strategi pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produk?	82
C. Solusi strategi pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produknya?	84
D. Straregi Pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk di Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam perspektif Manajemen Bisnis Syariah?	86
BAB VI PENUTUP	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN