

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN1

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penulisan.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Batasan Masalah.....	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II KAJIAN TEORI.....14

A. Deskripsi Teori.....	14
1. Pengertian Strategi.....	14
2. Pengertian Pemasaran.....	16
3. Strategi Pemasaran.....	18
4. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	21
5. Pengertian <i>Volume</i> Penjualan.....	22
6. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	27
7. Manajemen Bisnis Syariah.....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	31

C. Kerangka Konseptual.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Tempat Penelitian	38
C. Sumber Data	39
D. Kehadiran Peneliti	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum UMKM Hikmah Stone.....	46
B. Paparan Data.....	49
1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Yang Dilakukan Oleh UMKM Hikmah Stone	50
2. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah UMKM Hikmah Stone	55
C. Temuan Penelitian	59
BAB V PEMBAHASAN	64
A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Yang Dilakukan Oleh UMKM Hikmah Stone	64
B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Yang Dilakukan Oleh UMKM Hikmah Stone	71
BAB VI PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	