

## DAFTAR ISI

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| Halaman Sampul Depan.....           | 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 Gambar .....                 | xii  |
| Daftar Lampiran.....                | xiii |
| Abstrak.....                        | xiv  |

### **BAB I : PENDAHULUAN**

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| A. Latar Belakang .....        | 1 |
| B. Fokus Penelitian.....       | 7 |
| C. Tujuan Penelitian .....     | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian.....    | 7 |
| E. Penegasan Istilah.....      | 8 |
| F. Sistematika penulisan ..... | 9 |

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

|   |    |
|---|----|
| A. Kajian Teori .....   | 12 |
| 1. Strategi.....  | 12 |
| 2. Pemasaran .....  | 17 |
| 3. Strategi Pemasaran .....   | 20 |
| 4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....                         | 22 |
| 5. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) Dalam Perspektif Islam ..... | 23 |
| 6. <i>Product</i> .....   | 25 |
| 7. <i>Price</i> .....   | 31 |

|   |    |
|---|----|
| 8. <i>Promotion</i> .....               | 38 |
| 9. <i>Place</i> .....                   | 42 |
| 10. <i>People</i> .....                 | 44 |
| 11. Proses .....                        | 47 |
| 12. <i>Physical Evidence</i> .....      | 48 |
| 13. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah ..... | 50 |
| B. Penelitian Terdahulu.....            | 57 |

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian.....           | 65 |
| B. Pendekatan Penelitian.....      | 66 |
| C. Lokasi Penelitian .....         | 67 |
| D. Kehadiran Peneliti .....        | 67 |
| E. Sumber data .....               | 68 |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....   | 68 |
| G. Teknik Analisis Data .....      | 70 |
| H. Pengecekan Keabsahan Data ..... | 72 |
| I. Tahapan Penelitian .....        | 76 |

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Paparan Data .....  | 78 |
| 1. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Untuk Meningkatkan Penjualan di<br>Rumah Makan Gurami Seduri Pikanan .....                      | 78 |
| a. Strategi Produk .....   | 78 |
| b. Strategi Harga.....   | 81 |
| c. Strategi Promosi .....  | 83 |
| d. Strategi Tempat .....   | 85 |
| e. Strategi <i>People</i> .....  | 87 |
| f. Strategi Proses .....   | 87 |
| g. Strategi <i>Physical Evidence</i> .....   | 89 |
| 2. Peranan Strategi <i>Marketing Mix</i> Untuk Meningkatkan Penjualan dan<br>Keputusan Pembelian di Rumah Makan Gurami Seduri Pikanan..... | 90 |

|  |            |
|--|------------|
| B. Temuan Penelitian.....  | 93         |
| 1. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Untuk Meningkatkan Penjualan di<br>Rumah Makan Gurami Seduri Pikatan .....                      | 93         |
| 2. Peranan Strategi <i>Marketing Mix</i> Untuk Meningkatkan Penjualan dan<br>Keputusan Pembelian di Rumah Makan Gurami Seduri Pikatan..... | 94         |
| <br><b>BAB V : PEMBAHASAN .....</b>  | <b>95</b>  |
| A. Penerapan Manajemen Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan<br>Penjualan Rumah Makan Gurami Seduri Pikatan.....                       | 95         |
| B. Peranan Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan dan<br>Keputusan Pembelian di Rumah Makan Gurami Seduri<br>Pikatan.....     | 103        |
| <br><b>BAB V : PENUTUP</b>   |            |
| A. Kesimpulan.....   | 105        |
| B. Saran.....  | 106        |
| <br><b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>108</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>  | <b>110</b> |