

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PEGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sitematika Penulisan.....	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran.....	13
B. Bauran Pemasaran.....	16
C. Karakteristik Marketer Syariah.....	24
D. Strategi Penjualan	28
E. Kajian Peneliti Terdahulu	29
F. Paradigma Penelitian	35

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Kehadiran Peneliti.....	38
E. Sumber Data	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Analisis Data	41
H. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	42
I. Tahapan Penelitian.....	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	45
B. Temuan Penelitian	51
C. Analisis Data.....	81

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Penerapan Strategi Marketing Syariah oleh Anggota
PT. Angkasa Wijaya Internasional untuk Meningkatkan
Penjualan.....89
- B. Kendala yang di Alami oleh Anggota PT. Angkasa
Wijaya Internasional dalam Penerapan Strategi
Marketing Syariah untuk Meningkatkan Penjualan.....99
- C. Karakteristik Marketer Syariah yang Dilakukan oleh
Anggota PT. Angkasa Wijaya Internasional dalam
Meningkatkan Penjualan..... 105

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan 111
- B. Saran 114

DAFTAR PUSTAKA 115

LAMPIRAN-LAMPIRAN