

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian	19
D. Kegunaan Penelitian	20
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah	22
F. Penegasan Istilah	23
G. Sistematika Penulisan	27

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Strategi	30
B. Bauran Pemasaran	39
C. Konsep Strategi Bauran Pemasaran	46
D. Tahapan Strategi Bauran Pemasaran	47
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	49

F. Bauran Pemasaran Syariah	55
G. Produk.....	63
H.Promosi	69
I. Harga	78
J. Lokasi	86
K. Pengertian Daya Tarik	89
L. Pelanggan	90
M.Penelitian Terdahulu	94
N. Kerangka Konseptual	102

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	104
B. Lokasi Penelitian	107
C. Kehadiran Peneliti	107
D. Data Dan Sumber Data	108
E. Teknik Pengumpulan Data	110
F. Teknik Analisis Data	112
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	115
H. Tahap-Tahap Penelitian	118

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	120
B. Temuan Penelitian	122

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran Produk Griya Jahit Harvie Blitar dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan	137
B. Strategi Bauran Pemasaran Promosi Griya Jahit Harvie Blitar dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan	138
C. Strategi Bauran Pemasaran Harga Griya Jahit Harvie Blitar dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan	139

D. Strategi Bauran Pemasaran Harga Griya Jahit Harvie Blitar dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan	141
E. Strategi Bauran Pemasaran Syariah Tempat Griya Jahit Harvie Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan	142

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	145
B. Saran-Saran	148

DAFTAR PUSTAKA150

LAMPIRAN-LAMPIRAN152