

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Smpul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abastrak	xiv
<i>Abstrack</i>	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penegasan Istilah.....	11
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori.....	18
1. Strategi Pemasaran	18
2. Bauran Pemasaran	21
3. Volume Penjualan	35
4. Pemasaran Syariah	38
5. Bauran Pemasaran Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	46
B. Penelitian Terdahulu	54

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
B. Lokasi Penelitian	66
C. Kehadiran Peneliti	67
D. Data dan Sumber Data	68
E. Teknik Pengumpulan Data	70
F. Teknik Analisis Data	71
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	73
H. Tahap – Tahap Penelitian	74

BAB IV : HASIL TEMUAN

A. Sejarah Singkat Sumber Gemilang Nursery	76
B. Paparan Data	78
C. Temuan penelitian	91

BAB V : PEMBAHASAN

1. Pembahasan tentang strategi bauran pemasaran Produk (<i>product</i>) yang diterapkan oleh Sumber Gemilang Nursery untuk meningkatkan volume penjualan menurut perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	93
2. Pembahasan tentang strategi bauran pemasaran Harga (<i>price</i>) yang diterapkan oleh Sumber Gemilang Nursery untuk meningkatkan volume penjualan menurut perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	97
3. Pembahasan tentang strategi bauran pemasaran Tempat (<i>pleace</i>) yang diterapkan oleh Sumber Gemilang Nursery untuk meningkatkan volume penjualan menurut perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	100
4. Pembahasan tentang strategi bauran pemasaran Promosi (<i>promotion</i>) yang diterapkan oleh Sumber Gemilang Nursery untuk meningkatkan volume penjualan menurut perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	102

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN