

## DAFTAR ISI

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| Halaman Sampul .....                | i    |
| Halaman Judul.....                  | ii   |
| Lembar Persetujuan.....             | iii  |
| Lembar Pengesahan .....             | iv   |
| Pernyataan Keaslian Penulisan ..... | v    |
| Motto .....                         | vi   |
| Lembar Persembahan .....            | vii  |
| Kata Pengantar .....                | viii |
| Daftar Isi .....                    | x    |
| Abstrak.....                        | xii  |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1  |
| B. Rumusan Masalah .....       | 9  |
| C. Tujuan Penelitian.....      | 9  |
| D. Batasan Masalah.....        | 10 |
| E. Manfaat Penelitian.....     | 10 |
| F. Penegasan Istilah .....     | 11 |
| G. Sistematika Penulisan.....  | 12 |

### **BAB II KAJIAN TEORI**

|                   |    |
|-------------------|----|
| A. Pemasaran..... | 15 |
|-------------------|----|

|   |    |
|---|----|
| B. Strategi Pemasaran .....                   | 16 |
| C. Usaha Bisnis menurut Perspektif Islam..... | 20 |
| D. Konsep Bauran Pemasaran .....              | 23 |
| E. Manajemen Bisnis Syariah .....             | 31 |
| F. Penelitian Terdahulu.....                  | 33 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 41 |
| B. Lokasi Penelitian .....              | 42 |
| C. Kehadiran Peneliti .....             | 42 |
| D. Data dan Sumber Data.....            | 43 |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....        | 44 |
| F. Teknik Analisis Data.....            | 45 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data.....       | 47 |
| H. Tahap-tahap Penelitian .....         | 49 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

|                           |    |
|---------------------------|----|
| A. Paparan Data .....     | 51 |
| B. Temuan Penelitian..... | 65 |

### **BAB V PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Penerapan Bauran Pemasaran pada Produk Teh Rosella Cap Cangkir<br>Mas di CV Fatimah .....   | 73 |
| B. Penerapan Mix Marketing terhadap Perspektif Manajemen Bisnis<br>Syariah pada Produk Teh Rosella Cap Cangkir Mas di CV Fatimah ..... | 79 |

|  |    |
|--|----|
| C. Penerapan Mix Marketing terhadap Perspektif Manajemen Bisnis<br>Syariah pada Produk Teh Rosella Cap Cangkir Mas di CV Fatimah ..... | 82 |
|--|----|

## **BAB VI PENUTUP**

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan.....            | 87        |
| B. Saran.....                 | 88        |
| <b>Daftar Pustaka.....</b>    | <b>90</b> |
| <b>Lampiran-Lampiran.....</b> | <b>93</b> |