

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	iii
Halaman Sampul Dalam.....	iv
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto	v
Persembahan.....	iv
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak.....	xiv
Abstract	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian	6

F. Definisi Istilah.....	7
G. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Strategi.....	11
2. Definisi Pemasaran	14
3. Definisi Strategi Pemasaran	14
4. Pemasaran Dalam Konsep Syariah Islam	21
5. Strategi Bauran Pemasaran	23
6. Definisi GrabFood.....	27
7. Definisi Volume Penjualan	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Paradigma Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Kehadiran Peneliti.....	42
D. Data dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknis Analisis Data	46
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	49
H. Tahap Tahap Dalam Penelitian	49

BAB IV HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Warung Makan Geprek Cinta Jepun.....	52
B. Temuan Penelitian.....	59
C. Analisis Data	71
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN.....	76
A. Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Aplikasi Grabfood dapat Meningkatkan Volume Penjualan Geprek Cinta.....	76
B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menggunakan Grabfood sebagai Media Promosi	78
BAB VI PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN