

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Pemasaran	15
2. Strategi Pemasaran	16
B. Kerajinan Batu Onyx	20
C. Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam	22
D. Penelitian Terdahulu	27

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	32
C. Kehadiran Peneliti	33
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Tahap – Tahap Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
A. Strategi Pemasaran Batu Onyx di PT. Tri Mulya Onyx Tulungagung	43
1. Strategi Pemasaran PT. Tri Mulya Onyx	47
2. Kendala Pemasaran	49
3. Pemasaran Dalam Ekonomi Islam	51
B. Temuan Penelitian	54
1. Segmentasi Pemasaran	54
2. Produk	55
3. Promotion	57
BAB V PEMBAHASAN	59
A. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Segmentasi Pasar PT. Tri Mulya Onyx	60

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Produk PT. Tri Mulya Onyx	63
C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Promosi PT. Tri Mulya Onyx	65
BAB VI PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	