

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Persetujuan .....	ii
Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iv
Motto.....	v
Persembahan .....	vi
Prakata.....	vii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Grafik.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract.....	vxi
Daftar Isi .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10

F. Penegasan Istilah .....	11
----------------------------	----

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Landasan Teori.....	17
1. Pemasaran Syariah.....	17
2. Bauran Pemasaran Syariah .....	23
3. Penjualan .....	42
4. Pengaruh Produk Menurut Pandangan Islam Terhadap Omzet Penjualan .....	46
5. Pengaruh Promosi Menurut Pandangan Islam Terhadap Omzet Penjualan .....	47
6. Pengaruh Lokasi Menurut Pandangan Islam Terhadap Omzet Penjualan .....	49
7. Pengaruh Harga Menurut Pandangan Islam Terhadap Omzet Penjualan .....	50
B. Penelitian Terdahulu .....	51
C. Kerangka Konseptual.....	72
D. Hipotesis Penelitian.....	74

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	77
B. Populasi dan Sampel .....	78
C. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	79

D. Instrumen Penelitian.....	81
E. Teknik Analisis Data .....	83

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	92
B. Deskripsi Responden.....	95
C. Hasil Analisis Data.....	92

#### **BAB V: PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk) Dalam Pandangan Islam Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima di Masa Transisi Pandemi Covid-19 di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar .....	95
B. Pengaruh Bauran Pemasaran (Promosi) Dalam Pandangan Islam Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima di Masa Transisi Pandemi Covid-19 di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar .....	119
C. Pengaruh Bauran Pemasaran (Lokasi) Dalam Pandangan Islam Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima di Masa Transisi Pandemi Covid-19 di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar .....	122
D. Pengaruh Bauran Pemasaran (Harga) Dalam Pandangan Islam Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima di	

Masa Transisi Pandemi Covid-19 di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar .....	125
E. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Promosi, Lokasi, dan Harga) Dalam Pandangan Islam Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima di Masa Transisi Pandemi Covid-19 di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar .....	128

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	130
B. Saran.....	123

## **DAFTAR RUJUKAN**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**