

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
<i>Abstrack</i>	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan	16

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	19
1. Teori Strategi Pemasaran	19
2. Teori Bauran Pemasaran	26
3. Teori Volume Penjualan	32
4. Bauran Pemasaran Perspektif Manajemen Bisnis Syariah	33
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Konseptual	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Lokasi Penelitian	49
C. Kehadiran Peneliti	49
D. Data dan Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	53
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	55
H. Tahap – Tahap Penelitian	56

BAB IV : HASIL TEMUAN

A. Sejarah Singkat Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i>	58
B. Paparan Data	60
1. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i> ?	60
2. Bagaimana peran strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah volume penjualan pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i> Perspektif Manajemen Bisnis Syariah?	89
C. Temuan Penelitian	
1. Temuan penelitian tentang penerapan strategi bauran pemasaran pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i>	97

2. Temuan penelitian tentang peran strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah volume penjualan pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i> Perspektif Manajemen Bisnis Syariah	99
--	----

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pembahasan tentang penerapan strategi bauran pemasaran pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i>	100
B. Pembahasan tentang peran strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah volume penjualan pada Restoran <i>Steak Q5 and Bowl</i>	112

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	122
B. Saran	123

DAFTAR PUSTAKA125

LAMPIRAN-LAMPIRAN128