

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Abstrak	x
Abstract	xi
Daftar Isi	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Batasan Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori	12
1. Strategi Pemasaran	12
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
3. Minat Beli	25
4. Etika Bisnis Islam.....	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Paradigma Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Data dan Sumber Data	40
D. Kehadiran Peneliti	42
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	48
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	49
H. Tahap-tahap penelitian	51

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Paparan Data.....	56
1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen pada Toko Bangunan UD. Barokah.....	56
2. Dampak Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen pada Toko UD. Barokah.....	69
3. Minat Pembeli pada Toko Bangunan UD. Barokah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....	70
C. Temuan Penelitian	79
1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen pada Toko Bangunan UD. Barokah	72
2. Dampak Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen pada Toko UD. Barokah	76
3. Minat Pembeli pada Toko Bangunan UD. Barokah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	76

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen pada toko bangunan UD. Barokah	77
B. Dampak strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen pada toko UD. Barokah.....	84

C. Minat pembeli pada toko bangunan UD. Barokah dalam perspektif etika bisnis Islam	86
---	----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA	92
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA PENULIS