

Daftar Isi

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstract	xiv
Abstrak	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penulisan	7
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	13
B. Bauran Pemasaran	15
C. Volume Penjualan	34
D. Manajemen Bisnis Syariah	37
E. Penelitian Terdahulu	41
F. Kerangka Pemikiran	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	52
B. Lokasi Penelitian	53
C. Kehadiran Penelitian	54
D. Data dan Sumber Data	55
E. Teknik Pengumpulan Data	56
F. Teknik Analisis Data	59
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	61
H. Tahap – tahap Penelitian	63

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	65
B. Temuan Penelitian	69
C. Analisis Data	89

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran yang Digunakan oleh Usaha Keripik Pisang UD. Langgeng Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	96
B. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Langgeng Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah ...	104

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	109
B. Saran	110

DAFTAR PUSTAKA	112
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	117
-----------------------	------------