

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Identifikasi dan Batasan Masalah	6
E. Manfaat Hasil Penelitian	6
F. Penegasan Istilah	7
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	10
1. Pemasaran	10
2. Strategi Pemasaran.....	12
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) dalam Perspektif Islam	14
5. Analisis SWOT	16
6. Product	24
7. Price..	28
8. Promotion.....	32
9. Place	34

10. People	35
11. Proses.....	38
12. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	39
13. Nilai – Nilai Pemasaran Syariah.....	40
14. Persaingan Bisnis.....	45
B. Penelitian Terdahulu.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	57
B. Pendekatan Penelitian.....	58
C. Lokasi Penelitian	59
D. Kehadiran Peneliti	59
E. Sumber Data	60
F. Teknik Pengumpulan Data	60
G. Teknik Analisis Data	62
H. Pengecekan Keabsahan Data	64
I. Tahap-Tahap Penelitian.....	67

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil PT Wisma Abadi Gemilang.....	69
B. Pemaparan Data.....	69
C. Temuan Penelitian	82

BAB V PEMBAHASAN

A. Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Output Penjualan PT Wisma Abadi Gemilang.....	85
B. Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Output Penjualan PT Wisma Abadi Gemilang Menurut Etika Bisnis Islam	90
C. Kendala Yang Terjadi Dalam Bauran Pemasaran di PT Wisma Abadi Gemilang Dalam Meningkatkan Output Penjualan	91

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....93

B. Saran94

DAFTAR PUSTAKA95

LAMPIRAN-LAMPIRAN