

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	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	14
B. Perumusan Strategi Pemasaran	15
C. Wardah Sebagai Kosmetik Berlabel Halal	16
D. Strategi <i>Goes to Campus</i>	17
E. <i>Porter's Five Forces</i>	19
F. Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)</i>	23

G. Penelitian Terdahulu	27
-------------------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	34
C. Kehadiran Peneliti	35
D. Data dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Pengecekan Keabsahan Data	41
H. Tahap-tahap Penelitian	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian	46
B. Paparan Data	50
C. Temuan Penelitian.....	58

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran <i>Goes To Campus</i> Produk Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	79
B. Strategi Pemasaran Produk Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Ditinjau dari Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	80
C. Strategi Produk Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Ditinjau dari Analisis SWOT.....	84

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	94