

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN PENGUJI | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| E. Definisi Istilah | 10 |
| F. Sistematika Penulisan Skripsi | 14 |
| BAB II | 17 |
| KAJIAN PUSTAKA | 17 |
| 1. Pengertian Pemasaran Dalam Islam | 17 |
| 2. Pengertian Pemasaran..... | 20 |
| 3. Pengertian Strategi Pemasaran..... | 21 |
| 4. Jenis-jenis Strategi | 23 |
| 5. Konsep Pemasaran | 25 |
| 6. Jenis-jenis Strategi Pemasaran..... | 26 |

| | |
|---|-----|
| 7. Komponen Strategi Pemasaran | 27 |
| 8. Tahapan Strategi Pemasaran..... | 29 |
| 9. Marketing Mix atau Bauran Pemasaran | 30 |
| 10. Penjualan | 42 |
| 11. Penelitian Terdahulu | 45 |
| BAB III | 52 |
| METODE PENELITIAN | 52 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 52 |
| BAB IV | 62 |
| HASIL PENELITIAN | 62 |
| 1. Sejarah Berdirinya Kedai Kosim Tulungagung | 62 |
| 2. Filosofi Logo..... | 64 |
| 3. Strategi Pemasaran Di Kedai Kosim Tulungagung Untuk Meningkatkan Penjualan | 65 |
| 4. Implementasi Marketing Mix Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan | 66 |
| BAB V | 84 |
| PEMBAHASAN | 84 |
| A. Strategi Pemasaran Di Kedai Kosim Tulungagung | 84 |
| B. Implementasi Marketing Mix Dalam Strategi Pemasaran Di kedai Kosim Tulungagung..... | 87 |
| C. Temuan Peneliti..... | 108 |
| BAB VI | 112 |
| PENUTUP | 112 |
| A. Kesimpulan..... | 112 |
| B. Saran | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | 113 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 116 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------|-----|
| Gambar 5. 1 | 90 |
| Gambar 5. 2 | 93 |
| Gambar 5. 3 | 96 |
| Gambar 5. 4 | 99 |
| Gambar 5. 5 | 102 |
| Gambar 5. 6 | 105 |
| Gambar 5. 7 | 107 |