

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 Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah dan Identifikasi Masalah.....	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II : LANDASAN TEORI	16
A. Strategi Pemasaran	16
1. Pengertian Strategi Pemasaran	16

2. Tahapan Strategi Pemasaran	21
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	24
B. Omzet Penjualan	30
1. Pengertian Omzet Penjualan	30
2. Tujuan Penjualan	34
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Omzet Penjualan	34
4. Indikator Omzet Penjualan	36
C. Pemasaran Dalam Etika Bisnis Islam.....	38
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	38
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	39
D. Penelitian Terdahulu.....	45
E. Kerangka Berpikir	59
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	60
B. Lokasi Penelitian	61
C. Kehadiran Penelitian	62
D. Data dan Sumber Data.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data	64
F. Teknik Analisis Data	65
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	67
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN	71
A. Paparan Data	71
1. Sejarah Berdirinya Usaha Warung Makan Kampung Bu Wulan... ..	71
2. Lokasi Penelitian	73
3. Sasaran dan Tujuan.....	73
4. Struktur Organisasi.....	74
5. Produk.....	74

B. Temuan Penelitian.....	77
1. Strategi Pemasaran 4P Warung Makan Kampung Bu Wulan Desa Plosokandang Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	77
2. Efektivitas Strategi Pemasaran 4P dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di Warung MakanKampungBu Wulan Ditinjau dariEtika Bisnis Islam.....	95
C. Analisis Hasil Wawancara	98
1. Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet PenjualanDitinjau Dari Etika Bisnis Islam	98
2. Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran 4P Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di Warung Makan Kampung Bu Wulan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.....	107
BAB V PEMBAHASAN	109
A. Bagaimana Strategi Pemasaran Pada Warung Makan Kampung Bu Wulan Desa Plosokandang Ditinjau Dari Strategi Pemasaran 4P Dan Etika Bisnis Islam	109
B. Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran 4P dalam Peningkatan Omzet Penjuala Pada Warung Makan Kampung Bu Wulan Desa Plosokandang Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.....	120
BAB VI PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Menu dan Harga Makanan	74
Tabel 4.2 Daftar Menu dan Harga Minuman	77
Tabel 4.3 Omzet Penjualan Pada Warung Makan Kampung Bu Wulan	108
Tabel 5.1 Omzet Penjualan Pada Warung Makan Kampung Bu Wulan	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	59
Gambar 4.1 Tempat Usaha Warung Makan Kampung Bu Wulan	71
Gambar 4.2 Produk.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi

Lampiran 3: Pedoman Observasi

Lampiran 4: Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 5: Kartu Bukti Bimbingan

Lampiran 6: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup