

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
LEMBAR PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	9

F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
A. Strategi Pemasaran	15
B. Strategi Promosi	26
C. Ekonomi Islam Tentang Promosi	32
D. Penjualan	39
E. Penelitian Terdahulu.....	42
F. Kerangka Konseptual	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	52
B. Lokasi Penelitian	52
C. Kehadiran Peneliti	53
D. Data dan Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Data	57
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Strategi Promosi yang diterapkan UMKM Tape Maharani..	69
C. Strategi Promosi UMKM Tape Maharani dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	76

BAB V PEMBAHASAN.....	88
A. Strategi Promosi yang diterapkan UMKM Tape Maharani..	88
B. Strategi Promosi UMKM Tape Maharani dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	94
BAB VI PENUTUP	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	