

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 Lampiran	xiii
Abstrak	xiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan penelitian.....	7
D. Batasan Penelitian	8

E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah	9
G. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Teori dan Konsep	
1. Tinjauan Tentang Syariah Promotion.....	14
a. Pengertian Syariah Promotion	14
b. Tujuan Promotion	17
c. Bauran promotion	18
d. Strategi promotion	21
2. Tinjauan Tentang Syariah Marketing	24
a. Pengertian Syariah Marketing	24
b. Praktek pemasaran Nabi Muhammad Saw	33
c. Prinsip-prinsip Pemasaran syariah.....	35
3. Tinjauan Tentang Penjualan	
a. Pengertian Penjualan	45
b. Komunikasi Penjualan.....	47
c. Bentuk Penjualan.....	48
d. Fungsi dan Tujuan Penjualan	49
e. Volume Penjualan	50
B. Penelitian Terdahulu	51

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian	60
C. Kehadiran Peneliti	60
D. Sumber Data	61
E. Teknik Pengumpulan Data	62
F. Teknik Analisis Data	65
G. Pengecekan Keabsahan Data	66
H. Tahap-tahap Penelitian	68

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	73
1. Lokasi Penelitian	73
2. Profil Lembaga	74
B. Paparan Data / Temuan Penelitian	75
1. Peran syariah promotion dalam meningkatkan penjualan di toko Zaidan	75
2. Peran syariah marketing dalam meningkatkan Penjualan di tokoZaidan	79

BAB V: PEMBAHASAN

A. Peran syariah promotion dalam meningkatkan penjualan di toko Zaidan	83
B. peran syariah marketing dalam meningkatkan	

penjualan di toko Zaidan.....	87
-------------------------------	----

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN