

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah.....	8
G. Sistematika Penulisan	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Diskripsi Teori	13
1. Analisis SWOT	13
2. Hakikat Kekuatan (<i>Strength</i>)	17
3. Hakikat Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	18
4. Hakikat Peluang (<i>Opportunities</i>).....	18
5. Hakikat Ancaman (<i>Threats</i>).....	19
6. Matriks SPACE.....	19
7. Pemasaran Syariah	20

B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Konseptual	39
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
1. Pendekatan Penelitian	41
2. Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Kehadiran Peneliti.....	44
D. Data dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	47
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	51
H. Tahap-Tahap Penelitian	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Profil Perusahaan.....	54
B. Temuan Penelitian	57
C. Analisis Hasil Temuan.....	84
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Analisis SWOT (Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan pada UD.Tenang Binangun Blitar.....	86
B. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah yang digunakan oleh UD.Tenang	92
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN