

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penilitin.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi	8
2.1.2 Pemasaran	10
2.1.3 Manajamen Pemasaran.....	11
2.1.4 Tujuan Pemasaran	12
2.1.5 Strategi Pemasaran Syariah	13
2.1.5.1 Formulasi Strategi Pemasaran Syariah	23
2.1.5.2 Karakteristik Strategi Pemasaran Syariah.....	24
2.1.6 Nilai-nilai Syari'ah dalam Bisnis.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36

3.1	Metode Penelitian	36
3.2	Jenis Penelitian	36
3.2.1	Kehadiran Peneliti.....	37
3.2.2	Lokasi Penelitian.....	37
3.3	Fokus Penelitian.....	38
3.4	Sumber Data	38
3.4.1	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.6	Validasi Data.....	42
BAB IV		45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Profile Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Sejarah Singkat Home industry Nyy Sari Utama.....	45
4.1.2	Visi Misi Nyy Sari Utama.....	46
4.1.3	Lokasi Nyy Sari Utama.....	46
4.1.4	Struktur Home Industri Nyy Sari Utama	46
4.1.5	Peraturan atau <i>Standard Operational Prosedure (SOP)</i>	47
4.2	Nilai-nilai Syari'ah Yang diyakini Nyy Sari Utama.....	48
4.3	Strategi Pemasaran Produk Kripik Usus Ayam Dalam Perspektif Islam.	60
BAB V.....		65
PENUTUPAN.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
DAFTAR LAMPIRAN.....		70
BIODATA PENULIS		89