

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTACK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Pemasaran	9
2.2 Strategi Pemasaran Islam.....	11
2.3 Karakteristik Pemasaran Syariah	12
2.4 Implementasi Bauran Pemasaran Islam.....	17
2.4.1 Produk (Product).....	17
2.4.2 Nilai (Price)	18
2.4.3 Promosi (Promotion).....	19
2.4.4 Tempat / Saluran Distribusi (Place).....	20
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Konseptual	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian	27
3.3 Sumber Data.....	28

3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknik Analisa Data.....	31
3.6 Analisa Bauran Pemasaran Berdasarkan 4 Sifat Nabi Muhammad SAW dalam Berniaga.....	32
3.7 Validasi Data.....	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Diskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2 Gambaran Umum Usaha.....	36
4.2.1 Sejarah Berdirinya Toko Mitra Abadi 90	36
4.2.2 Struktur Toko Mitra Abadi '90	38
4.2.3 Produk yang dijual di Toko Mitra Abadi '90	39
4.3 Strategi Pemasaran Toko Mitra Abadi '90	41
4.3.1 <i>Produk</i> (Shiddiq)	42
4.3.2 Harga (Amanah)	46
4.3.3 Promosi (Tabligh).....	49
4.3.4 Tempat (Fathanah).....	52
4.4 Analisa SWOT Toko Mitra Abadi '90	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67
BIODATA PENULIS	89