

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan Sekripsi.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	11
1. Strategi	11
2. Pemasaran	14
3. Strategi Pemasaran	15
B. Pemasaran Syariah	39
1. Prinsip Dan Nilai-Nilai Pemasaran Syariah.....	42
2. Etika Pemasaran Syariah.....	46
3. Marketing Mix Dalam Syariah.....	47

C. Analisis SWOT	50
D. Penelitian Terdahulu	56
E. Kerangka Berfikir.....	59

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	62
B. Pendekatan Penelitian	62
C. Sumber Data.....	62
D. Instrumen Penelitian.....	62
E. Subjek Penelitian.....	62
F. Objek Penelitian	62
G. Sumber Data	63
H. Instrumen Penelitian.....	64
I. Metode Pengumpulan Data	53
1. Wawancara	64
2. Observasi	64
3. Dokumentasi.....	64
J. Tekhnik Kredibilitas Data	65
K. Metode Analisis Data	66
1. <i>Data Reduction</i>	66
2. <i>Data Display</i>	67
3. <i>Conclusion data dan Verifikasi</i>	67

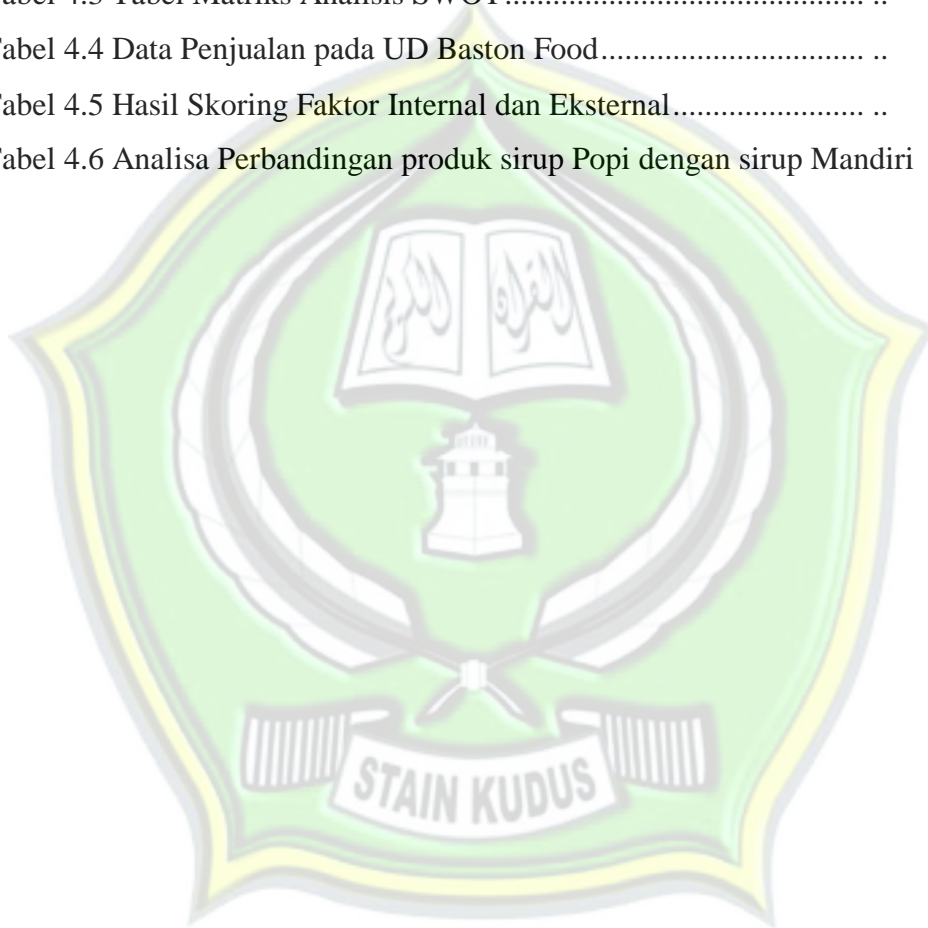
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	70
1. Sejarah Perusahaan.....	70
2. Visi dan Misi	71
3. Letak Geografis	73
4. Struktur Organisasi	73
5. Jenis-jenis produk/barang yang dijual	75
6. Cara-cara yang dilakukan usaha Baston Food pada produk	64

7. Daftar Karyawan	76
B. Deskripsi Data Penelitian	76
1. Strategi Pemasaran UD Baston Food	76
2. Data Analisis SWOT	84
C. Analisis dan Pembahasan	87
1. Analisis Data tentang Strategi Pemasaran pada UD Baston Food	87
2. Analisis tentang SWOT	96
3. Implementasi Penelitian	109
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	113
B. Keterbatasan Penelitian	115
C. Saran	115
D. Penutup	115
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran..... ..	29
Tabel 2.2 Matriks SWOT	54
Tabel 4.1 Tabel IFAS Analisis SWOT	99
Tabel 4.2 Tabel EFAS Analisis SWOT	100
Tabel 4.3 Tabel Matriks Analisis SWOT..... ..	106
Tabel 4.4 Data Penjualan pada UD Baston Food..... ..	109
Tabel 4.5 Hasil Skoring Faktor Internal dan Eksternal..... ..	110
Tabel 4.6 Analisa Perbandingan produk sirup Popi dengan sirup Mandiri	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 STV dan Spiritual marketing	44
Gambar 2.2 Penerapan Bauran Pemasaran	46
Gambar 2.3 Alternatif pilihan strategi generik berdasarkan SWOT ...	52
Gambar 2.4 Matriks SWOT	54
Gambar 2.5 Kerangka pemikiran penelitian	60
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD Baston Food.....	74
Gambar 4.2 Analisis Diagram SWOT	111

