

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Pustaka.....	11
1. Pengertian Pemasaran	11
2. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	14
3. Variabel-variabel <i>Marketing Mix</i>	17
a. <i>Product</i> (Produk)	17
b. <i>Price</i> (Harga)	21
c. <i>Place</i> (Tempat)	24
d. <i>Promotion</i> (Promosi).....	28
4. Karakteristik Pemasaran Islami	32

a. Teistis (<i>Rabbaniyyah</i>)	32
b. Etis (<i>Akhlaqiyah</i>)	33
c. Realistis (<i>Al-Waqi'iyah</i>)	34
d. Humanistis (<i>Insaniyyah</i>)	35
5. Prinsip-prinsip Bisnis Dalam Islam	36
6. Tipe-tipe Tindakan Sosial	39
B. Hasil Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Berpikir	45
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Sumber Data	46
C. Lokasi Penelitian	47
D. Subyek Penelitian	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Uji Keabsahan Data	49
G. Teknik Analisis Data	50
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian Usaha Ada Rasa	52
1. Sejarah Berdirinya Usaha Ada Rasa	52
2. Letak Geografis Usaha Ada Rasa	53
3. Visi, Misi dan Tujuan Usaha Ada Rasa	54
4. Struktur Organisasi Usaha Ada Rasa	54
5. Kiat-kiat dilakukan Usaha Ada Rasa 6	55
6. Produk-Produk Usaha Ada Rasa	56
7. Penjualan Usaha Ada Rasa	56
8. Karyawan Usaha Ada Rasa	57
9. Jam Operasional Kerja Usaha Ada Rasa	58
B. Deskripsi Data Penelitian	68
1. Data Penelitian Tentang Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	58

2. Data Penelitian Tentang Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P Dalam Perspektif Islam Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	65
3. Data Penelitian Tentang Kendala-kendala Dalam Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	69
4. Data Penelitian Tipe-tipe Tindakan Sosial Dalam Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	73
C. Analisis Data Penelitian.....	74
1. Analisis Data Tentang Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4p Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	74
2. Analisis Data Tentang Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P Dalam Perspektif Islam Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	81
3. Analisis Data Tentang Kendala-kendala Dalam Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P Pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	87
4. Analisis Data Tentang Tipe-tipe Tindakan Sosial dalam Implementasi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) pada Usaha Bakso Kemasan Ada Rasa	90
BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan	92
B. Saran-saran.....	94
C. Penutup	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1: Produk-Produk Ada Rasa.....	56
Tabel 4.2: Jam Operasional Kerja.....	58



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	15
gambar 2.2: Kerangka Berpikir.....	45

