

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MAJELIS PENGUJIAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Telaah Pustaka.....	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Konsep Strategi Pemasaran	8
a. Pengertian Strategi	8
b. Pengertian Pemasaran.....	9
c. Pengertian Strategi Pemasaran	10
3. Pemasaran Syariah	13
4. Bauran Pemasaran.....	16
5. Prinsip-prinsip Pemasaran Syariah dan Tujuan Bisnis dalam Islam	21
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berfikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan pendekatan Penelitian	32
B. <i>Setting</i> Penelitian	32
C. Subyek Penelitian	32
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33

F. Pengujian Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
1. Profil Azwa Collection.....	38
2. Visi Misi Azwa Collection.....	39
3. Struktur Organisasi Azwa Collection.....	39
4. Produk dan Pelayanan.....	40
B. Pembahasan Data.....	40
1. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Azwa Collection dalam Meningkatkan Volume Penjualan	40
2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Syariah Azwa Collection dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	56
a. Kelebihan Pemasaran Syariah Azwa Collection	57
b. Kekurangan Pemasaran Syariah Azwa Collection	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1	Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran Syariah Azwa Collection	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Azwa Collection	40

