

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRNASLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	13
1. Strategi Pemasaran	13
2. Strategi Pemasaran dalam Al-Qur'an	30
3. Analisis SWOT	38
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Kerangka Berpikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan	49
B. <i>Setting</i> Penelitian	50
C. Subyek Penelitian	50
D. Sumber Data	51
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Pengujian Keabsahan Data	52
G. Teknik Analisis Data	53

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	56
1. Sejarah Singkat Distributor Kh-Q Tangerang Selatan	56
2. Letak Geografis Distributor Kh-Q Tangerang Selatan	58
3. Visi dan Misi	58
4. Struktur Organisasi	59
B. Deskripsi Data Penelitian	60
1. Deskripsi Data Strategi Pemasaran Yang Digunakan Distributor Air Mineral Kh-Q Di Tangerang Selatan	60
2. Deskripsi Data Analisis SWOT Yang Digunakan Pada Strategi Pemasaran Distributor Air Mineral Kh-Q Di Tangerang Selatan	64
3. Deskripsi Data Kendala Dan Solusi Alternatif Yang Digunakan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Distributor Kh-Q Di Tangerang Selatan	67
C. Analisis Data Penelitian	70
1. Analisis data strategi pemasaran yang digunakan Distributor Air Mineral Kh-Q di Tangerang Selatan	70
2. Analisis data Analisis SWOT yang digunakan pada strategi pemasaran Distributor Air Mineral Kh-Q di Tangerang Selatan	77
3. Analisis data kendala dan solusi alternatif yang digunakan dalam menentukan strategi pemasaran Distributor Kh-Q di Tangerang Selatan	93

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP