

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Definisi Istilah.....	11
F. Kajian Terdahulu.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Tinjauan Tentang Strategi.....	16
1. Pengertian Strategi.....	16
2. Jenis-Jenis Strategi.....	17

3. Fungsi Strategi.....	18
B. Tinjauan Tentang <i>Marketing Mix</i> .....	18
1. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	18
2. Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	20
C. <i>Marketing Mix</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Kehadiran Peneliti .....	38
C. Lokasi Penelitian .....	39
D. Sumber Data .....	39
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	41
F. Analisis Data .....	46
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	51
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
.....	52
A. Paparan data .....	52
B. Temuan penelitian.....	67
C. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR RUJUKAN .....	93

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 97

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	16

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Perusahaan AMDK di Indonesia .....	3
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Hero Arofah.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Surat keaslian tulisan.....	97
Instrumen Penelitian.....	98
Hasil Penelitian .....	99
Surat tugas pembimbing penyusunan skripsi.....	106
Kartu Bimbingan.....	107
Surat permohonan izin penelitian.....	108
Surat keterangan bukti penelitian .....	109
Surat keterangan bebas plagiarisme .....	110
Dokumentasi Penelitian .....	111
Riwayat Hidup .....	116