

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah.....	6
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Tinjauan langsung tentang strategi penjualan.....	10



1) Saluran Distribusi langsung.....	12
2) Saluran Distribusi tidak langsung.....	13
3) Strategi Promosi.....	13
1. Fungsi pemasaran.....	14
2. Tipe-Tipe Strategi Pemasaran.....	15
2. Startegi Pemasaran.....	16
3. Bauran Pemasaran.....	17
1) Produk	19
2) Harga	20
3) Lokasi.....	20
4) Promosi.....	21
I. Pemasaran Prespektif Islam.....	21
a) Memarketingkan Syariah.....	22
b) Mensyariahkan Marketing.....	22
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Kehadiran Peneliti.....	30
C. Lokasi Peneliti.....	32



D. Sumber data.....	32
E. Prosedur Pengumpulan Data	33
F. Analisis Data	36
H. Tahapan-tahapan Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
A. Paparan Data, dan Temuan Penelitian.....	40
B. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR RUJUKAN	66
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

