

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISL	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Kajian Teori.....	9
1. Strategi	9
a. Pengertian Strategi	9
b. Jenis-Jenis Strategi	11
c. Tingkatan Strategi	12
d. Komponen Strategi	13
2. <i>Relationship Marketing</i>	15
a. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	15
b. Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	18
c. Unsur-Unsur <i>Relationship Marketing</i>	21
3. Ragam Konsep <i>Islamic Relationship Marketing</i>	25
a. <i>Islamic Relationship Marketing</i>	27
b. Komponen <i>Islamic Relationship Marketing</i>	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Setting Penelitian.....	37
C. Subjek Penelitian	38
D. Sumber Data	38

E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	42
1. Profil Konveksi Firdaus Busana.....	42
2. Sejarah Berdirinya Konveksi Firdaus Busana	42
3. Visi dan Misi Konveksi Firdaus Busana.....	44
4. Struktur Organisasi Konveksi Firdaus Busana	44
5. Job Description	44
B. Deskripsi Data Penelitian	45
1. Deskripsi Data Penelitian tentang Penerapan Strategi <i>Islamic Relationship Marketing</i> pada Konveksi Firdaus Busana.....	45
2. Deskripsi Data Penelitian tentang Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi <i>Islamic</i> <i>Relationship Marketing</i> pada Konveksi Firdaus Busana .	50
C. Analisis Data Penelitian	54
1. Analisis Data Penelitian tentang Penerapan Strategi <i>Islamic Relationship Marketing</i> pada Konveksi Firdaus Busana.....	54
2. Analisis Data Penelitian tentang Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi <i>Islamic</i> <i>Relationship Marketing</i> pada Konveksi Firdaus Busana .	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran-saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komponen <i>Islamic Relationship Marketing</i>	31
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	44

