

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. <i>Marketing Mix</i>	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	12
3. Unsur <i>Marketing Mix</i>	14
4. Evolusi Faktor <i>Marketing Mix</i>	21
5. Karakteristik Pemasaran Islami	22
B. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	27

C. Kerangka Berpikir	31
----------------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Sumber Data.....	34
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Teknik Observasi	36
2. Teknik Wawancara (<i>interview</i>)	36
3. Teknik Dokumentasi	37
4. Studi Pustaka	38
E. Keabsahan Data	38
1. Uji Kredibilitas	38
2. Pengujian <i>Transferability</i>	39
3. Pengujian <i>Dependability</i>	39
4. Pengujian <i>Confirmability</i>	39
F. Teknik Analisis Data	40

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati.....	42
1. Sejarah Pendirian dan Perkembangan PKL RS. Soewondo Pati Dan PKL Alun-Alun Pati.....	42
2. Tujuan PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun-Alun Pati...	43
3. Jenis produk yang di jual PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun-Alun Pati	44

4. Kisaran harga produk yang di jual PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun-Alun Pati	44
B. Hasil Penelitian	44
1. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Product</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati..	44
2. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Price</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati .	50
3. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Place</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati .	56
4. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Promotion</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati	62
5. Persamaan dan Perbedaan <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Product, Price, Place</i> dan <i>Promotion</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati .	66
C. Analisis	71
1. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Product</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati ..	71
2. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Price</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati ..	73
3. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Place</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati ..	75
4. <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Promotion</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati	77
5. Persamaan dan Perbedaan <i>Marketing Mix</i> pada Dimensi <i>Product, Price, Place</i> dan <i>Promotion</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati ..	78

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	83
B. Keterbatasan Penelitian.....	85
C. Saran	86
D. Penutup	86

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan <i>Marketing Mix</i> Perspektif Ekonomi Islam PKL RS. Soewondo Pati dan PKL Alun – Alun Pati.....	69



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Marketing Mix</i>	14
2.2 Kerangka Berpikir.....	32

