

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Teori .....	10
1. Konsep Strategi Pemasaran .....	10
2. Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	29
3. Marketing Syariah.....	36
4. Volume Penjualan .....	40
5. Ekonomi Islam .....	44
B. Penelitian Terdahulu .....	48
C. Kerangka Berpikir .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>54</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	55
C. Subyek Penelitian .....	55
D. Sumber Data.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Pengujian Keabsahan Data.....	58
G. Teknik Analisis Data .....	59

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	62
1. Profil dan Sejarah Berdirinya Rumah Jilbab Kudus .....	62
2. Visi dan Misi Toko Rumah Jilbab Kudus.....	63
3. Letak Geografis Perusahaan Toko Rumah Jilbab Kudus .....	63
4. Struktur Organisasi Rumah Jilbab Kudus.....	63
B. Deskripsi Data Penelitian.....	64
1. Strategi Pemasaran Toko Rumah Jilbab Kudus dalam Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	64
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Rumah Jilbab Kudus untuk Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	78
3. Strategi Pemasaran yang Digunakan Toko Rumah Jilbab dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	86
C. Analisis Data Penelitian.....	90
1. Analisis Strategi Pemasaran Rumah Jilbab dalam Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	90
2. Analisis Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Rumah Jilbab Kudus untuk Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	101
3. Analisis Strategi Pemasaran yang Digunakan Toko Rumah Jilbab Perspektif Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Volume Penjualan Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	110
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>117</b>
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran-saran.....	118
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1	Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	20
Gambar 2. 2	Kerangka Berpikir .....	53
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi Rumah Jilbab.....	64



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1      Penelitian Terdahulu .....      48

