

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2. Komponen Strategi Pemasaran	13
3. <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran).....	15
4. Orientasi Perusahaan ke Arah Pasar	18
B. <i>Marketing Syariah</i>	19
1. Pengertian <i>Marketing Syariah</i>	19
2. Karakteristik <i>Marketing Syariah</i>	21
3. Perkembangan Marketing Menuju <i>Marketing Syariah</i>	21
4. Sembilan Etika (Akhlaq) Pemasar	23
5. Suri Tauladan <i>Marketing</i> Muhammad	24

C. Penjualan.....	28
1. Pengertian Penjualan.....	28
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	30
D. Analisis SWOT	32
1. Definisi SWOT	32
2. Metode Analisis SWOT	33
a. Menyusun dan Menentukan Faktor-Faktor Strategis Eksternal dan Internal suatu Perusahaan	33
b. Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matriks SWOT...	35
E. Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
F. Kerangka Berfikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
B. Sumber Data.....	42
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Uji Keabsahan Data.....	44
F. Metode Analisa Data.....	45
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Obyek penelitian.....	48
1. Profil Singkat dan Sejarah Berdirinya Pesona Ban Prinsip Syariah	48
2. Visi, Misi dan Tujuan Pesona Ban Prinsip Syariah .	49
3. Letak Geografis Pesona Ban Prinsip Syariah	49
4. Produk-Produk Pesona Ban Prinsip Syariah.....	50
B. Deskripsi Data Penelitian.....	50
1. Data Tentang Strategi <i>Marketing Syariah</i> yang Diterapkan oleh Pesona Ban Prinsip Syariah.....	50

2.	Data Terkait Dengan Volume Penjualan Pesona Ban Prinsip Syariah.....	55
3.	Data Tentang Analisis SWOT Mengenai Strategi <i>Marketing</i> Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pesona Ban Prinsip Syariah.....	56
C.	Pembahasan dan Analisis	60
1.	Analisis tentang Strategi Pemasaran Syariah yang Diterapkan Oleh Pesona Ban Prinsip Syariah	60
2.	Analisis tentang Volume Penjualan Pada Pesona Ban Prinsip Syariah	67
3.	Analisis tentang Analisis SWOT Mengenai Strategi <i>Marketing</i> Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pesona Ban Prinsip Syariah	70
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran.....	84
C.	Penutup.....	85
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN – LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN		

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Format Analisis SWOT untuk Faktor Internal dan Eksternal	34
2. Tabel 2.2 Matriks SWOT Keterhubungan Antar Faktor	36
3. Tabel 4.3 Daftar Volume Penjualan Pesona Ban.....	68
4. Tabel 4.5 Data Omset Pesona Ban.....	69
5. Tabel 4.7 Tabel IFAS. Analisis SWOT untuk Faktor Internal pada Pesona Ban Prinsip Syariah	74
6. Tabel 4.8 Tabel EFAS. Analisis SWOT untuk Faktor Eksternal pada Pesona Ban Prinsip Syariah.....	75
7. Tabel 4.9 Matriks SWOT.....	80



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	40
2. Gambar 3.1 Peta Pengumpulan Data	47
3. Gambar 4.2 Bagan Saluran Distribusi Pesona Ban Prinsip Syariah.	65

