

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Fokus Penelitian .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
G. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	10
1. Pengertian Strategi .....	10
2. Pengertian Pemasaran .....	11
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
B. Perumusan Pemasaran.....	15
1. <i>Segmenting</i> .....	15
2. <i>Targeting</i> .....	16
3. <i>Positioning</i> .....	17
C. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	19
1. Strategi Produk.....	19
2. Strategi Harga .....	20

3. Strategi Promosi.....	21
4. Strategi Lokasi .....	23
D. <i>Bisnis Retail</i> .....	24
1. Pengertian Bisnis Ritel.....	24
2. Jenis-jenis Bisnis Ritel.....	26
3. Keuntungan dan Kelemahan Bisnis Ritel .....	27
E. Strategi Pemasaran Dalam perspektif Bisnis Syariah	
1. Strategi Pemasaran Dalam Pandangan Syariah .....	28
2. Perumusan Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Bisnis Syariah .....	33
3. Bisnis Syariah .....	37
F. Hasil Penelitian Terdahulu.....	42
G. Kerangka Berpikir.....	47
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	49
B. Pendekatan Penelitian .....	49
C. Instrumen Penelitian.....	50
D. Subyek dan Obyek Penelitian .....	50
E. Sumber Data .....	51
1. Data primer .....	51
2. Data sekunder.....	51
F. Lokasi Penelitian.....	51
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Teknik observasi .....	52
2. Teknik wawancara .....	52
3. Teknik dokumentasi.....	53
H. Uji Keabsahan Data.....	54
1. Triangulasi .....	54
2. Perpanjang Pengamatan .....	55
I. Analisis Data .....	56
1. Reduksi data.....	57

2. Penyajian data .....	57
3. Vertivikasi.....	57
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	58
1. Gambaran Umum Minimarket Java Mart .....	59
a. Sejarah Minimarket Java Mart.....	59
b. Tujuan Java Mart .....	59
c. Visi dan Misi.....	59
d. Struktur Organisasi Minimarket Java Mart.....	59
e. Produk-produk yang dijual di Java Mart .....	62
2. Data Penelitian .....	63
a. Data tentang penerapan strategi bisnis ritel pada Minimarket Java Mart .....	63
b. Data strategi pemasaran yang dilakukan oleh Minimarket Java Mart ditinjau dari perspektif bisnis syariah.....	66
B. Pembahasan.....	67
1. Analisis Data Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Pada Minimarket di Desa Cangkring Pos Kec. Karanganyar Kab. Demak.....	67
2. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Pada Minimarket Java Mart Ditinjau dari Perspektif Bisnis Syariah .....	73
<b>BAB VI: PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran-saran .....	81
C. Penutup.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	