

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAKSI SKRIPSI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	11
C. Fokus Penelitian.....	11
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Sistmatika Penulisan Skripsi.....	13
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	15
1. Strategi.....	15
2. Pemasaran.....	17

3. Strategi Pemasaran.....	20
4. Teori Strategi Pemasaran Syariah.....	23
5. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Bisnis Ritel....	28
6. Bisnis Ritel.....	33
7. Strategi Pemasaran Dalam Pespektif Bisnis Syariah.....	38
8. Bisnis Syariah.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	50
B. Pendekatan Penelitian.....	50
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	51
D. Sumber Data.....	51
E. Lokasi Penelitian.....	52
F. Instrumen Penelitian.....	52
G. Teknik Pengumpulan Data.....	53
H. Uji Keabsahan Data.....	54
I. Analisis Data.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Umum AD Cell	59
a. Sejarah Berdirinya AD Cell.....	59
b. Tujuan Didirikannya AD Cell.....	62
c. Visi dan Misi AD Cell.....	62
d. Struktur Organisasi AD Cell.....	62

e. Produk-produk yang di jual AD Cell	65
2. Data Penelitian	65
1. Data Penerapan Strategi Pemasaran Bisnis Ritel pada Gerai Gadget dan Accesries AD Cell.....	65
2. Data Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Gerai Ritel Gadget dan Accessories AD Cell ditinjau dari Perspektif syariah.....	69
3. Data Penerapan strategi pemasaran syariah pada gerai gadget dan accessories AD Cell mendapatkan respon positif dari konsumen.....	73
B. Pembahasan	74
1. Analisis Data Strategi Pemasaran Bisnis Ritel pada Gerai Gadget AD Cell di Desa Jepang Mejobo Kudus.....	74
2. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran pada Gerai Gadget AD Cell ditinjau dari perspektif Syariah.....	81
3. Analisis Penerapan Strategi Pemasran Syariah pada gerai gadget AD Cell Mendapatkan Respon Positif dari Konsumen.....	90

C. Analisis SWOT.....	96
1. Strengths.....	96
2. Weakness.....	98
3. Opportunities.....	100
4. Threats.....	101

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	102
B. Keterbatasan Penelitian.....	104
C. Saran.....	104
D. Penutup.....	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN