

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Focus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Label Halal	9
1. Pengertian Label	9
2. Pengertian Halal	9
3. Label Halal	10
B. Manajemen Pemasaran	14
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2. Peranan Pemasaran	15
3. Arti Fungsi Manajemen Pemasaran	15
4. Perencanaan Pemasaran	15
5. Implementasi Pemasaran	18
6. Pengendalian Kegiatan Pemasaran	20

C. Strategi Pemasaran	21
1. Pengertian Strategi	21
2. Konsep Pemasaran	22
3. Bauran Pemasaran	23
4. Strategi Pemasaran	23
D. Perilaku Konsumen	24
1. Pengertian Perilaku Konsumen	24
2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	25
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	28
E. Kajian Terdahulu	30
F. Kerangka Berfikir	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Objek Penelitian	38
C. Subyek Penelitian.....	38
D. Sumber Data	38
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Metode Analisis Data	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	44
1. Sejarah Singkat Hypermart Kudus	44
2. Tujuan Penelitian Hypermart Kudus	44
3. Alasan Pemilihan Lokasi Usaha	45
4. Struktur Organisasi	45
5. Sumber Daya Manusia	47
6. Pemasaran	48
B. Hasil Penelitian	49
1. Perencanaan Pemasaran	49
2. Stratgi Pemasaran	57

3. Pelaksanaan Pemasaran Makanan Tanpa Label Halal	59
C. Pembahasan	60
1. Perencanaan dan Strategi Pemasaran	60
2. Pelaksanaan Pemasaran	64

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	73
B. Saran	73
C. Penutup	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN –LAMPIRAN

RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS