

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Pustaka	8
1. Strategi Pemasaran	8
a. Pengertian Strategi Pemasaran	8
b. Jenis-jenis Strategi Pemasaran	9
c. Bauran Pemasaran	12
2. Pemasaran Ditinjau dari Perspektif Islam	19
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir	29
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	31
B. Pendekatan Penelitian	31

C. Sumber Data.....	32
D. Lokasi Penelitian	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Uji Keabsahan Data	34
G. Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nazila <i>Collection</i> dan Madani <i>Collection</i>	38
1. Profil Nazila <i>Collection</i>	38
a. Sejarah Nazila <i>Collection</i>	38
b. Produk	39
2. Profil Madani <i>Collection</i>	39
a. Sejarah Madani <i>Collection</i>	39
b. Produk	40
B. Penyajian Data	41
1. Data tentang strategi pemasaran Nazila <i>Collection</i>	41
2. Data tentang strategi pemasaran Madani <i>Collection</i>	46
3. Data tentang Persamaan dan Perbedaan Strategi Pemasaran Nazila <i>Collection</i> dan Madani <i>Collection</i>	50
C. Analisis Data	51
1. Analisis strategi pemasaran Nazila <i>Collection</i>	51
2. Analisis strategi pemasaran Madani <i>Collection</i>	62
3. Persamaan dan Perbedaan Strategi Pemasaran Nazila <i>Collection</i> dan Madani <i>Collection</i>	72

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	75
B. Saran.....	76
C. Penutup	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN