

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Deskripsi Teori	9
1. Strategi Pemasaran Syariah.....	9
a. Pengertian Strategi.....	9
b. Pengertian Pemasaran Syariah	11
c. Strategi Pemasaran Syariah.....	13
d. Karakteristik Pemasaran Syariah	14
e. Etika dalam Pemasaran Syariah	16
f. Praktik Pemasaran Nab Muhammad SAW	19
2. Persaingan Usaha.....	22
1. Pengertian Persaingan Usaha	22
2. Landasan Syariah Persaingan Usaha...	25
B. PenelitianTerdahulu	28
C. Kerangka Berpikir	32
D. Pertanyaan Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. <i>Setting</i> Penelitian	37
C. Subyek Penelitian	38
D. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Pengujian Keabsahan Data	41
G. Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Pemilik dan Lokasi Toko Pojok.....	45
2. Sejarah Toko Pojok.....	45
3. Visi dan Misi Toko Pojok.....	46
4. Tujuan Didirikan Toko Pojok	46
5. Produk-produk yang Dijual di Toko Pojok.....	46
B. Deskripsi Data Penelitian	48
1. Strategi Pemasaran Syariah yang Digunakan di Toko Pojok.....	48
2. Strategi Pemasaran Syariah yang Digunakan Toko Pojok dalam Menghadapi Persaingan Usaha	56
C. Analisis Data Penelitian	58
1. Strategi Pemasaran Syariah yang Digunakan di Toko Pojok.....	58
2. Strategi Pemasaran Syariah yang Digunakan Toko Pojok dalam Menghadapi Persaingan Usaha	65

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	69
B. Saran-saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Barang di Toko Pojok..... 33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 33

