

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN LITERASI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	11
1. Strategi Pemasaran	11
2. Pemasaran Syari'ah	15
3. Pemasaran Digital	29
4. Strategi Marketing (Analisis STP)	42
a. Segmentasi (<i>Segmenting</i>)	42
b. <i>Targetting</i>	43
c. <i>Positioning</i>	44
5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	45
a. Produk (<i>Product</i>)	45
b. Harga (<i>Price</i>)	47
c. Tempat (<i>Place</i>)	49
d. Promosi (<i>Promotion</i>)	53
6. Volume Penjualan	54
a. Pengertian Volume Penjualan	54
b. Jenis Penjualan	55
c. Indikator Volume Penjualan	56

B. Hasil Penelitian Terdahulu	57
C. Kerangka Berfikir	61

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	64
B. Subjek dan Objek Penelitian	65
C. Sumber Data Penelitian	65
D. Lokasi Penelitian	66
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	66
F. Uji Keabsahan Data	68
G. Analisis Data	69

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	73
1. Profil Menara Kudus Fa.....	73
2. Sejarah Menara Kudus Fa.....	73
3. Struktur Organisasi Menara Kudus Fa	75
4. Visi dan Misi Menara Kudus Fa	76
5. Sasaran dan Tujuan.....	76
6. Pemrakarsa, Pemilik, dan Tokoh - Tokoh Pendukung Pendirian Perusahaan Menara Kudus Fa.....	76
7. Bidang Usaha dan Pengembangan Program ..	77
8. Macam-Macam Produk dari Perusahaan Menara Kudus Fa.....	78
B. Data Penelitian.....	80
1. Data tentang strategi <i>syari'ah marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.....	80
2. Data tentang strategi <i>digital marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.....	91
3. Data tentang identifikasi faktor penghambat dan faktor pendukung dalam penerapan strategi <i>syari'ah marketing</i> dan <i>digital marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa	96
C. Analisis Data Penelitian.....	105

1. Analisis data strategi <i>Syari'ah Marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.....	105
2. Analisis data strategi <i>Digital Marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.....	113
3. Analisis data faktor penghambat dan faktor pendukung dalam penerapan strategi <i>syari'ah marketing</i> dan <i>digital marketing</i> untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.....	125
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	139
B. Saran	141
C. Penutup	143
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Nilai Bisnis dan Manajemen Nabi Muhammad SAW	22
Tabel 4.2 Daftar Nama Produk dan Harga Produk	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk Menara Kudus Fa	6
Gambar 2.2 Saluran Distribusi untuk Produk Konsumen ...	51
Gambar 2.3 Saluran Distribusi untuk Produk Industri	52
Gambar 2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Syari'ah.	54
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir	63
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Menara Kudus Fa	75

