

DAFTAR ISI

BAGIAN AWAL

Halaman Judul.....	i
Nota Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Moto.....	vi
Persembahan.....	vii
Pedoman Transliterasi Arab-Latin.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar/Grafik.....	xiv

BAGIAN UTAMA**BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat penelitian.....	11
F. Sistematika Penulisan	12

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul	
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Macam-macam Strategi Pemasaran	19
3. Tujuan Strategi Pemasaran	23
4. Bauran Pemasaran	26
5. Teori Preferensi	28
a. Pengertian Preferensi	28
b. Factor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi ...	29
c. Preferensi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	29
6. Konsep Pendapatan	33
a. Pengertian Pendapatan	33
b. Macam-macam Pendapatan	34
c. Factor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan.....	35
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Berfikir	40
D. Pertanyaan Penelitian	41

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	43
B. Setting Penelitian	44

C. Subyek Penelitian	44
D. Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Pengujian Keabsahan Data	46
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	50
1. Sejarah Singkat Desa Bakalan Krapyak, Kecamatan Kaliwungu,.....	50
2. Kondisi Geografis	51
3. Gambaran Umum Demografi	52
4. Keadaan Pertanian	54
5. Keadaan Sosial Ekonomi	55
6. Visi dan Misi Desa Bakalan Krapyak	55
B. Hasil Penelitian	56
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
2. Karakteristik Budidaya Buah Naga Madu	57
3. Pemasaran Agribisnis Pada Komoditas Buah Naga Madu di Desa Bakalan Krapyak.....	59
4. Preferensi Usaha Budidaya Buah Naga Madu	60
5. Tingkat Pendapatan	61
C. Analisis Data Penelitian	61
1. Strategi Pemasaran Budidaya Buah Naga Madu “TyaFarm”Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Di Desa Bakalan Krapyak.....	61
2. Preferensi Usaha Budidaya Buah Naga Madu “TyaFarm”Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Di Desa Bakalan Krapyak	63
3. Strategi Pemasaran dan Preferensi Budidaya Buah Naga Madu“Tya Farm” sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	64
BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan	69
B. Saran-saran	70

BAGIAN AKHIR
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	Tabel Jenis Pekerjaan	53
Tabel 4.2	Tabel Jenis Pendidikan	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Pemasaran di Tya Farm 40

