

## DAFTAR ISI

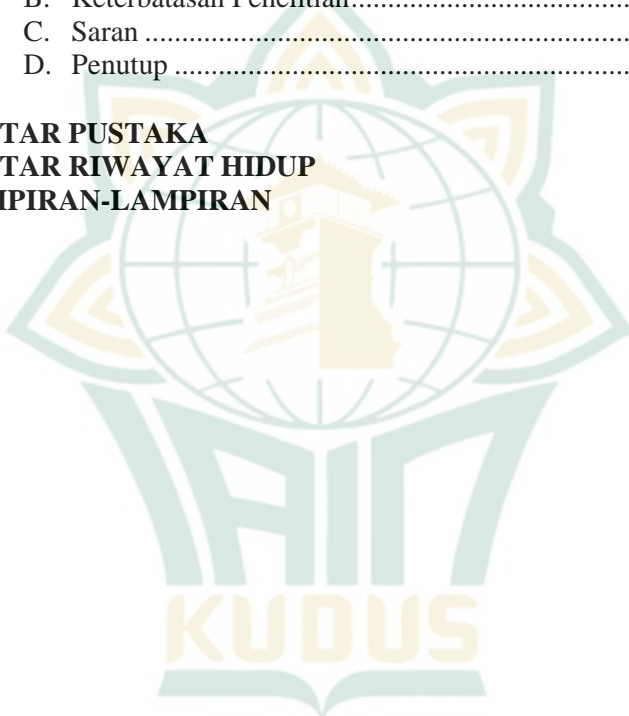
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Strategi Pemasaran Islam .....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	11
2. Pengertian Bauran Pemasaran .....	15
3. Pengertian Strategi Pemasaran Islam .....	16
4. Prinsip-prinsip Pemasaran dalam Islam .....	19
5. Aspek strategi Pemasaran Islam .....	23
B. Penjualan .....	27
1. Pengertian Penjualan .....	27
2. Jenis Penjualan .....	29
3. Konsep Penjualan .....	30
4. Volume Penjualan .....	30
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan .	32
6. Kegiatan Penjualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam .....	33
C. Manajemen Bisnis Syariah .....	34
1. Pengertian Manajemen Syariah .....	34
2. Fungsi Manajemen .....	36

3. Budaya Manajemen Bisnis Syariah .....	37
D. Tuntutan Pemasaran Syariah menurut Rasulullah	39
1. <i>Shiddiq</i> .....	39
2. <i>Amanah</i> .....	40
3. <i>Fathonah</i> .....	41
4. <i>Tabligh</i> .....	42
E. Hasil Penelitian Terdahulu .....	43
F. Kerangka Berpikir .....	45
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
B. Sumber Data .....	48
C. Lokasi Penelitian .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	48
E. Uji Keabsahan Data .....	50
F. Teknik Analisis Data .....	52
 <b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	55
1. Nama Instansi, Alamat, dan Sejarah berdirinya <i>Iqbal Collection</i> .....	55
2. Visi, Misi dan Tujuan <i>Iqbal Collection</i> .....	56
3. Struktur Organisasi <i>Iqbal Collection</i> .....	57
4. Ruang Lingkup Produk/Jasa <i>Iqbal Collection</i> .	58
5. Prosedur dan Mekanisme Operasional <i>Konfeksi Iqbal Collection</i> .....	59
B. Deskripsi Data Penelitian .....	61
1. Penerapan Strategi Pemasaran Perspektif Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk <i>Iqbal Collection</i> .....	61
2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Perspektif Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk <i>Iqbal Collection</i> .....	81
C. Analisis Data Penelitian .....	87
1. Penerapan Strategi Pemasaran Perspektif Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk <i>Iqbal Collection</i> .....	87
2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi	

Pemasaran Perspektif Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk Iqbal <i>Collection</i> .....	105
--	-----

**BAB V: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	109
B. Keterbatasan Penelitian.....	111
C. Saran .....	112
D. Penutup .....	112

**DAFTAR PUSTAKA****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

1.1 Laporan Penjualan Iqbal Collection Periode 2017-2019 6



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 46  
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Iqbal *Collection*..... 58

