

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Pemasaran	11
2. <i>Marketing Mix</i>	18
3. Volume Penjualan	27
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Berfikir	38
D. Pertanyaan Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B. Setting Penelitian.....	41
C. Subyek Penelitian	42
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Uji Keabsahan Data	45
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	49

1. Profil Indra Karya Art	49
2. Sejarah Indra Karya Art	49
3. Visi dan Misi Berdirinya Indra Karya Art	50
4. Struktur Organisasi Indra Karya Art	51
B. Diskripsi Data Penelitian	53
1. Penerapan <i>Marketing Mix</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi di Indra Karya Art Pendosawalan Kalinyamat Jepara.....	53
a. Produk (<i>Product</i>).....	53
b. Harga (<i>Price</i>)	55
c. Promosi (<i>Promotion</i>).....	56
d. Distribusi (<i>Place</i>)	57
2. Upaya-upaya yang Dilakukan untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi Indra Karya Art Pendosawalan Kalinyamat Jepara.....	57
C. Analisis Data Penelitian.....	60
1. Penerapan <i>Marketing Mix</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi di Indra Karya Art Pendosawalan Kalinyamat Jepara.....	60
a. Produk (<i>Product</i>).....	60
b. Harga (<i>Price</i>)	63
c. Promosi (<i>Promotion</i>).....	66
d. Distribusi (<i>Place</i>)	69
2. Upaya-upaya yang Dilakukan untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi Indra Karya Art Pendosawalan Kalinyamat Jepara.....	71
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil, Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Nama Manajer dan Karyawan Indra Karya Art	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambaran Umum <i>Marketing Mix</i>	21
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Indra Karya Art	52

