

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	7
1. Strategi Pemasaran	7
a. Strategi.....	7
b. Pemasaran.....	8
c. Strategi Pemasaran.....	10
d. Bauran Pemasaran	15
2. Strategi Pemasaran dalam Prespektif Islam	24
a. Konsep pemasaran dalam prespektif islam	24
b. Karakteristik pemasaran dalam prespektif islam	25
c. Prinsip pemasaran dalam islam	27
3. Era Digital	30
a. Pengertian era digital	30
b. Pemasaran digital.....	31
c. <i>E-Commerce</i>	32
4. Analisis SWOT	33
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	41

B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Subjek Penelitian	42
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Pengujian Keabsahan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah Singkat Klinik Herbal NSA Kudus	48
2. Profil Klinik Herbal NSA Kudus.....	49
3. Visi dan Misi Perusahaan	49
4. Struktur Organisasi Klinik Herbal NSA Kudu.....	50
5. Sumber Daya Manusia Perusahaan.....	52
B. Deskripsi Data Penelitian.....	52
1. Strategi pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus	52
2. Keunggulan dan kekurangan strategi pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus.....	65
C. Analisis Strategi Pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus .	67
1. Analisis lingkungan internal	67
2. Analisis lingkungan eksternal	69
3. Analisis Matriks SWOT	71
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1. Matriks SWOT	46
Tabel 4.1. Daftar Produk dan Harga.....	55
Tabel 4.2. Analisis Matriks SWOT	71



DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 39
 Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Klinik Herbal NSA Kudus .. 50
 Gambar 4. 2 Produk Unggulan Klinik Herbal NSA 54
 Gambar 4. 3 Produk Turunan Klinik Herbal NSA..... 54
 Gambar 4.4 Ruang Penjualan Obat Herbal..... 57
 Gambar 4.5 Brosur Produk Klinik Herbal NSA 59
 Gambar 4.6 Papan Nama Klinik Herbal NSA Kudus 60
 Gambar 4.7 Halaman Landing Page Klinik Herbal NSA Kudus 61
 Gambar 4.8 Media Sosial Klinik Herbal NSA..... 62

