

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Fokus Penelitian	5
D. Tujuan Peneliatian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA BERFIKIR	
A. Teori-Teori yang Terkait dengan Judul	8
1. Analisis SWOT	8
a. Pengertian Analisis SWOT	8
b. Tujuan, Manfaat dan Fungsi Analisis SWOT	8
c. Faktor Analisis SWOT	9
d. Matriks SWOT	11
e. Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentuan Strategi	14
2. Analisis Dalam Perspektif Islam.....	17
3. Strategi Pemasaran	18
a. Pengertian Strategi Pemasaran.....	18
b. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam ...	20
c. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	21
d. Konsep Inti Pemasaran	22
e. Perumusan Strategi Pemasaran	23

4. Covid 19	49
a. Pandemi Covid 19.....	49
b. Dampak Covid 19 Terhadap Ekonomi.....	50
B. Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Berfikir	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	55
B. <i>Setting</i> Penelitian	55
C. Subjek Penelitian	56
D. Sumber Data	56
E. Teknik Pengambilan Data	57
F. Pengujian Keabsahan Data	59
G. Teknik Analisis Data	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian	65
1. Sejarah Perkembangan Galeri Elzatta Kudus	65
2. Profil Galeri Elzatta Kudus	66
3. Visi Dan Misi Galeri Elzatta Kudus	66
4. Produk Galeri Elzatta Kudus	66
5. Struktur Organisasi Galeri Elzatta Kudus	67
B. Deskripsi Data Penelitian	69
1. Strategi Pemasaran Galeri Elzatta Kudus di Masa Pandemi Covid 19	69
2. Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Galeri Elzatta Kudus pada saat Pandemi Covid 19	74
3. Alternatif Strategi Pemasaran Galeri Elzatta Kudus	85
C. Analisis Data Penelitian	89
1. Solusi Alternatif Strategi Galeri Elzatta Kudus	89

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	91
B. Saran	92
C. Penutup	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Diagram Matriks SWOT	12
Tabel 2.2 : Perhitungan Matrik IFAS dan Matrik EFAS	15
Tabel 4.1 : Daftar Produk Galeri Elzatta Kudus	66
Tabel 4.2 : Data Omset Penjualan Galeri Elzatta Kudus	71
Tabel 4.3 : Strategi Pemasaran Galeri Elzatta Kudus di masa Pandemi Covid 19	73
Tabel 4.4 : Analisis SWOT Galeri Elzatta Kudus	76
Tabel 4.5 : Matrik IFAS	79
Tabel 4.6 : Matrik EFAS	81
Tabel 4.7 : Matrik SWOT	83
Tabel 4.8 : Solusi alternatif strategi Galeri Elzatta Kudus	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kuadran SWOT	10
Gambar 2.2 : Kerangka Berfikir	54
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Galeri Elzatta Kudus	67
Gambar 4.2 : Diagaram SWOT.....	82

