

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pemasaran Syariah	7
1. Pengertian Pemasaran Syariah	7
2. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	8
3. Etika Pemasaran Syariah	10
4. Tujuan Pemasaran Syariah	11
5. Strategi Pemasaran Syariah	12
B. Bauran Pemasaran / <i>Marketing Mix</i>	13
1. Produk.....	14
3. Harga	16
4. Saluran Distribusi (<i>Place</i>)	20

5. Promosi.....	25
C. Penjualan.....	27
1. Pengertian penjualan.....	27
2. Volume penjualan.....	28
D. Penelitian Terdahulu.....	29
E. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Metode yang digunakan.....	35
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Sumber Data.....	36
2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
C. Instrumen Penelitian.....	39
D. Pengujian Kredibilitas Data.....	41
E. Teknik Analisis Data.....	42
F. Objek dan Jadwal Penelitian.....	43
1. Tempat Penelitian.....	43
2. Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
1. Sejarah Singkat CV. Sugih Mukti Garut.....	45
2. Struktur Organisasi CV. Sugih Mukti Garut.....	46
3. Logo Perusahaan CV. Sugih Mukti Garut.....	46
B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	47
1. Produk.....	47
2. Harga.....	50
3. Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	53
4. Promosi.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Simpulan.....	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perkembangan Penjualan Sapi CV. Sugih Mukti Garut 2017-2021	3
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan CV. Sugih Mukti.....	46
Gambar 4.2 LogoPerusahaan CV. Sugih Mukti	46