

DAFTAR ISI

HALAMAN.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II. KERANGKA TEORITIK	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Pemasaran	12
a. Pengertian Pemasaran	12
b. Konsep Pemasaran	14
c. Konsep Pemasaran dalam Islam	16
d. Strategi Pemasaran	17
e. Pasar Sasaran	18
f. Segmentasi	19
g. <i>Positioning</i>	21

h. <i>Differentiation</i>	22
i. <i>Marketing Mix</i>	22
2. Produk	25
a. Pengertian Produk	25
b. Tingkatan Produk	26
c. Siklus Kehidupan Produk	27
d. Konsep Produk	28
3. Koperasi Cahaya Amanah di Surabaya	29
a. Pengertian Koperasi Cahaya Amanah di Surabaya ..	29
b. Prinsip-Prinsip Koperasi Cahaya Amanah di Surabaya	30
B. Kajian Teoritik	32
C. Koperasi Cahaya Amanah di Surabaya	40
BAB III. METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Obyek Penelitian	43
C. Jenis dan Sumber Data	43
D. Tahap-Tahap Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data	54
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	55
BAB IV. PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	57
A. Setting Penelitian	57
B. Penyajian Data	66
C. Analisis Data	74
Strategi Pemasaran Produk Koperasi Cahaya Amanah di Surabaya	74
D. Pembahasan	83

BAB V. PENUTUP 89

 A. Kesimpulan 89

 B. Saran 91

DAFTAR PUSTAKA
 SURAT KETERANGAN
 BIODATA PENULIS
 LAMPIRAN-LAMPIRAN



PERPUSTAKAAN LAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K D-2010 005 MD	No. REG : D-2010/MD/005 ASAL BUKU : TANGGAL :

DAFTAR TABEL

Tabel

2.1. Pengertian Pemasaran	12
2.2. Jenis data, Pengumpulan dan sumber data	52
3.1. Sarana dan Prasarana Koprasi Cahaya Amanah di Surabaya	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Konsep Pemasaran berlandaskan tiga macam landasan	15
---	----