



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian..... 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.5 Lokasi dan Waktu Penulisan..... 6

1.6 Metode Penulisan..... 7

1.7 Sistematika Penulisan 8

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... 9

2.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan 9

2.2 Faktor Pendukung Berdirinya Zanafa 10

2.3 Visi dan Misi 12

2.4 Struktur Organisasi 13

BAB III LANDSAN TEORI DAN PRAKTEK..... 16

3.2 Landasan Teori..... 16

3.2.1 Pengertian Strategi 23

3.2.2 Pengertian Pemasaran 28

3.2.3 Prilaku Konsumen 29

3.2.4 Pengertian Persaingan 30

3.2.5 Pemasaran Ditinjau dari Perspektif dan Al-Qur'an 36

©Hancija Milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

H. Cipto Diiringi Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Landasan Praktek	37
3.2.1 Strategi Pemasaran	37
3.2.2 Kebijakan Produk.....	39
3.2.3 Kebijakan Harga	40
3.2.4 Analisis Persaingan.....	41
BAB IV PENUTUP	42
4.1 Kesimpulan	42
4.2 Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.