DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar..... i

Halaman Sampul Dalam ii

Halaman Persetujuan..... iii

Halaman Pengesahan iv

Halaman Motto.....v

Halaman Persembahan vi

Kata Pengantar vii

Daftar Isi..... ix

Daftar Tabel xii

Daftar Gambar..... xiii

Daftar Lampiran xiv

Abstrak xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 6

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....6

E. Manfaat Penelitian 7

F. Definisi Istilah.....8

G. Sistematika Penelitian 10

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi 13

B. Pemasaran 18

C. Strategi Pemasaran 33

D. Strategi Pemasaran Berdasarakan Perspektif Bisnis Islam 37

E. Transportasi Berbasis Aplikasi Digital 41

F. Analisis SWOT 47

G. Hasil Penelitian yang Relevan 49

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis/Rancangan Penelitian.....53

B. Lokasi Penelitian.....54

C. Kehadiran Peneliti.....54

D. Data dan Sumber Data 54

E. Teknik Pengumpulan Data.....55

F. Teknik Analisis Data.....56

G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....65

H. Tahap-Tahap Penelitian 66

BAB IV: GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Umum Om-Jek Tulungagung.....68

B. Struktur Organisasi 70

C. Produk.....72

D. Penetapan Harga.....73

E. Saluran Distribusi Om-Jek Nusantara.....74

F. Strategi Promosi.....74

BAB V: HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data 77

B. Analisis Data dan Pembahasan 80

C. Strategi Pemasaran Om-Jek Berdasarkan

Analisis SWOT Ditinjau dari Perspektif Bisnis Islam.....96

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan 99

B. Saran.....100

C. Keterbatasan Penelitian.....101

DAFTAR RUJUKAN 102

LAMPIRAN-LAMPIRAN 106