

محتويات البحث

ورقة عنوان

أ..... الرسالة

ب..... ملخص إندونيسي

ج..... ملخص عربي

د..... رسالة المشرف إلى عميد كلية التربية

ه..... رسالة عميد كلية التربية عن تسليم البحث

و..... تقرير لجنة مناقشة الرسالة

ز..... اقرار

ح..... إهداء

ي..... من هدى القرآن الكريم

ك..... كلمة شكر وتقدير

م..... محتويات البحث

الباب الأول : المقدمة

- أ. خلفية البحث ١
- ب. تحديد المسألة ٤
- ج. أهداف البحث ٤
- د. أهمية البحث ٤
- هـ. البحوث السابقة ٦
- و. الإطار النظري ٨
- ي. تنظيم كتابة تقرير البحث ١٢

الباب الثاني: النظرة العامة عن التسويق الإسلامي وتحليل القوة والضعف والفرصة

والتحدى

- أ. تعريف التسويق الإسلامي ١٣
- ب. أساس التسويق الإسلامي ١٥
- ج. تطبيق استراتيجية التسويق الإسلامي ٢١
- د. تحليل القوة والضعف والفرصة والتحدى ٢٣

الباب الثالث: منهج البحث

- أ. تصميم خطة البحث ٢٨
- ب. عينة البحث ٢٩
- ج. أسلوب جمع البيانات ٣٠
- د. أدوات البحث ٣٢
- هـ. أسلوب تحليل البيانات ٣٢
- و. إطار عرض التغيرات ٣٤
- ز. تعريف إجرائي للمتغيرات ٣٤

الباب الرابع: عرض البيانات وتحليلها

الفصل الأول: البيانات الموجز عن دكان أمرتا في التسويق الإسلامي

- أ. تاريخ تأسيس دكان أمرتا فونوروكو جاوى الشرقية ٣٦
- ب. الموقع الجغرافي دكان أمرتا فونوروكو ٣٧
- ج. المنظمة في محل تجاري ٣٨
- ح. تنمية استراتيجية التسويق ٣٩
- الفصل الثاني: تحليل الحقائق ٤٠
- أ. جنس العملاء ٤١
- ب. درجة الصعوبة في إيجاد دكان أمرتا فونوروكو ٤٢
- ج. عدد العينة من المشتري السلعة في دكان أمرتا فونوروكو ٤٣
- د. مكتب لخدمة الحج والعمرة ٤٤
- هـ. نوع السلعة ٤٥
- و. الاتفاق بوجود التسويق الإسلامي ٤٦
- ز. جودة السلعة ٤٧
- ح. القانعة بعملية التجارة ٤٨
- ط. السرعة في الخدمة ٤٩
- ي. اللطف في الخدمة ٥٠
- ك. معرفة العملاء بوجود الفرق بين التسويق الإسلامي والتسويق التقليدى ٥١
- ل. المطابقة بمنهج التسويق الإسلامى ٥٢
- م. التسويق الإسلامى بمعنى التعصب الدينى ٥٣
- حال استراتيجية التسويق الإسلامى بدكان أمرتا فونوروكو على تحليل القوة
والضعف والفرصة والتحدى ٥٤
- أ. القوة ٥٨
- ب. الضعف ٥٩

- ج. الفرصة ٦٠
د. التحدي ٦١

الباب الخامس: النتيجة والتوصية

- أ. نتيجة البحث ٦٥
ب. التوصية ٦٧

مصادر البحث

قائمة الملحقات