

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep Penelitian	6
F. Sistematika Pembahasan	10

BAB II KERANGKA TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
B. Kerangka Teoritik.....	15
1. Pengertian Sistem	15
a. Syarat syarat Sistem	16
b. Karakteristik Sistem	16
2. Pengertian Administrasi	17
a. Tujuan Administrasi	17
b. Unsur-unsur Administrasi	18
3. Pengertian Pemasaran.....	23
a. Konsep Pemasaran	24
b. Konsep Pemasaran Islami.....	29
c. Sistem Pemasaran.....	36
d. ESQ Leadership Center dalam Prespektif Islam	38
4. Teori Pengelolaan Sistem Pencatatan dan Pengarsipan	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	42
C. Jenis dan Sumber Data	43
D. Tahap-tahap Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Validitas Data	53

G. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Sejarah Berdirinya ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	57
2. Visi ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	58
3. Misi ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	58
4. Falsafah ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	58
5. Struktur Organisasi ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	58
B. Penyajian Data.....	60
1. Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	60
a. Tujuan Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	73
b. Manfaat Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	76
2. Hambatan Sistem Administrasi Pemasaran di ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	77
a. Faktor eksternal.....	78
b. Faktor Internal.....	79
C. Analisis Data	81
1. Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	81
a. Tujuan Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	91
b. Manfaat Sistem Administrasi Pemasaran ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya	92
2. Hambatan Sistem Administrasi Pemasaran di ESQ <i>Leadership Center</i> Surabaya.....	93
a. Faktor eksternal.....	93
b. Faktor Internal.....	93
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran dan Rekomendasi.....	96
C. Keterbatasan Penelitian	97

