

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Penguji .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Bagan .....	xiii
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak .....	xvii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Masalah.....	9
D. Batasan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Penegasan Istilah .....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	14

### **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Teori Strategi.....	15
------------------------	----

1. Pengertian Strategi .....	15
2. Faktor-Faktor Strategi .....	16
3. Fungsi Strategi .....	17
4. Tingkatan Strategi .....	18
B. Teori Merek.....	19
1. Pengertian Merek .....	19
2. Tujuan Merek.....	21
3. Unsur Merek.....	22
4. Perbedaan Produk Dan Merek .....	24
C. Teori Strategi Merek .....	25
1. Pengertian Strategi Merek.....	25
2. Strategi Merek Dalam Pemasaran Online .....	26
3. Peran Strategi Merek Dalam Proses Pemasaran Pasar.....	26
4. Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Merek .....	27
5. Konsep Strategi Merek.....	28
6. Pengembangan Strategi Merek .....	40
D. Teori Loyalitas Konsumen .....	41
E. Teori Strategi Merek Dalam Prespektif Islam .....	45
F. Penelitian Terdahulu .....	53
G. Konsep Kerangka Berfikir .....	59

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	64
1. Pendekatan .....	64
2. Jenis Penelitian .....	65

B. Lokasi Penelitian .....	66
C. Kehadiran Penelitian .....	66
D. Data Dan Sumber Data.....	67
E. Teknik Pengumpulan Data.....	69
F. Teknik Analisis Data.....	71
G. Pemeriksaan Keabsahan Temuan.....	73
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	74

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum CV. Tinta Hitam Tulungagung.....	76
1. Sejarah Berdirinya.....	76
2. Visi Dan Misi .....	78
3. Logo .....	78
4. Struktur Organisasi .....	79
5. Letak Geografis .....	81
6. Produk CV. Tinta Hitam Tulungagung.....	82
B. Temuan Penelitian .....	84
1. Temuan Tentang Strategi Merek CV. Tinta Hitam Tulungagung Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	84
2. Temuan Tentang Cara CV. Tinta Hitam Tulungagung Mengembangkan Strategi Merek Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	90
3. Temuan Tentang Strategi Merek CV. Tinta Hitam Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah.....	97

C. Analisi Data.....	99
1. Strategi Merek CV. Tinta Hitam Tulungagung Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	99
2. Cara CV. Tinta Hitam Tulungagung Mengembangkan Strategi Merek Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	101
3. Strategi Merek CV. Tinta Hitam Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah .....	102

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pembahasan Tentang Strategi Merek CV. Tinta Hitam Tulungagung Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen .....	103
B. Pembahasan Cara CV. Tinta Hitam Tulungagung Mengembangkan Strategi Merek Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	107
C. Pembahasan Strategi Merek CV. Tinta Hitam Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah.....	110

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	112
B. Saran .....	114

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**