

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persetujuan	iv
Pernyataan Keaslian	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
Abstract.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
1. Kegunaan Teoretis	10
2. Kegunaan Praktis	11
E. Penegasan Istilah	11
1. Definisi Konseptual	11
2. Definisi Operasional	12
F. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Konsep Strategi	15
B. Segmentasi Pasar	21
a. Kegunaan Segmentasi Pasar	23
b. Kelemahan Segmentasi Pasar	23

c. Cara Melakukan Segmentasi Pasar.....	24
d. Segmen Pasar Konsumen.....	24
e. Strategi Mengevaluasi, Memilih dan Memasuki Pasar.....	26
C. <i>Targeting</i>	31
a. Evaluasi Segmen Pasar.....	31
b. Memilih Segmen.....	32
D. <i>Positioning</i>	34
a. Atribut Diferensiasi Utama	35
b. Konsep Penentuan Posisi.....	39
c. Strategi Penentuan Posisi.....	39
d. Efektivitas Penentuan Posisi.....	43
E. Konsep Penjualan	43
F. Pengertian Busana Muslim	47
G. Strategi Pemasaran Islam.....	49
H. Ekonomi Islam	55
I. Hasil Penelitian Terdahulu.....	57
J. Kerangka Konseptual	60

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Lokasi Penelitian	63
C. Kehadiran Peneliti	63
D. Data dan Sumber Data.....	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
a. Observasi	65
b. Wawancara Mendalam	65
c. Dokumentasi.....	66
F. Teknik Analisa Data	66
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	67

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
1. Latar Belakang Berdirinya Toko Busana Muslim	

Aneka Sandang Tulungagung	70
2. Produk	72
3. Lokasi Toko Busana Muslim Aneka Sandang.....	73
4. Sasaran dan Tujuan Pendirian Toko Busana Muslim Aneka Sandang.....	74
5. Visi dan Misi Toko Aneka Sandang	74
B. Temuan Peneliti	75
1. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> yang dilakukan oleh toko busana muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim	75
2. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> yang dilakukan oleh toko busana muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam	82
3. Kendala Yang Dihadapi dalam Menerapkan Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	84
C. Analisis Data.....	87
1. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim	87
2. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam	90
3. Kendala Yang Dihadapi dalam Menerapkan Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	91

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim	93
B. Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	

Yang Dilakukan Oleh Toko Busana Muslim Aneka Sandang dalam Meningkatkan Penjualan Baju Muslim Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	101
C. Kendala Yang Dihadapi dalam Menerapkan Strategi Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	105
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	111
DAFTAR RUJUKAN	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	