

## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan i

Halaman Pengesahan ii

Halaman Motto iii

Halaman Persembahan iv

Kata Pengantar v

Daftar Isi vii

Daftar Tabel xi

Daftar Gambar xii

Daftar Lampiran xiii

Abstrak xiv

*Abstrack* .....xv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Batasan Penelitian.....7

E. Manfaat Penelitian.....7

F. Penegasan Istilah.....8

1. Definisi Konseptual.....8

2. Definisi Operasional.....9

G. Sistematika Pembahasan Skripsi 9

## **BAB II :KAJIAN PUSTAKA**

A. Strategi Pemasaran.....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	16
2. KonsepStrategi Pemasaran.....	16
3. Segmentasi Pasar.....	18
4. Targetting .....	20
5. Positioning .....	20
6. Empat Komponen Pemasaran.....	21
a. Produk .....	22
b. Harga.....	23
c. Tempat dan Distribusi .....	23
d. Promosi .....	23
B. Srategi Pemasaran Syariah. 24	
1. PengertianSrategi Pemasaran Syariah 24	
2. Kegiatan yang Dilakukan Dalam Mencari Keuntungan 30	
C. PenelitianTerdahulu 32	
D. KerangkaBerpikir Teoritis 38	

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. PendekatandanJenisPenelitian 39	
1. LokasiPenelitian 39	
2. KehadiranPeneliti 39	
3. Data dan Sumber Data 40	
4. Teknik Pengumpulan Data 42	
5. Teknik Analisis Data 43	

6. Pengecekan Keabsahan Temuan 45

7. Tahap-Tahap Penelitian 46

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

A. Deskripsi Singkat Obyek Penelitian 48

1. Profil Perusahaan 48

a. Sejarah *Home* Industri Kecap Rendang 48

b. Visi dan Misi 51

c. Tujuan Usaha 51

d. Struktur Organisasi Home Industri Kecap Rendang 52

e. Tugas dan Wewenang 52

B. Paparan Data 54

1. Strategi Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang di Sanankulon Kabupaten Blitar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam 54

2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang 60

C. Temuan Penelitian 64

1. Strategi Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang di Sanankulon Kabupaten Blitar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam 64

2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang 68

## **BABV : PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang di Sanankulon

Kabupaten Blitar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.....71

B. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pemasaran *Home* Industri Kecap

Rendang.....87

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan 82

B. Saran 83

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**