

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Peneliti.....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS	9
A. Strategi Pemasaran	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Pemasaran.....	9
3. Pengertian Strategi Pemasaran	10
4. Elemen Strategi Pemasaran	11
B. Strategi Pemasaran Syariah	13
C. Model STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	15
D. <i>Marketing Mix</i> (4P)	19
E. Peneliti Terdahulu.....	27
F. Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian	34
B. Jenis dan Sumber Data	34

C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Instrumen Penelitian.....	37
E. Uji Kredibilitas Data	38
F. Teknik Analisis Data	39
G. Tempat dan Waktu Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Kondisi Objektif Perusahaan Bordir Syfa Rahman.....	43
1. Sejarah dan Profil Perusahaan	43
2. Struktur Organisasi	45
B. Strategi Pemasaran Syariah Perusahaan Bordir Syfa Rahman	47
1. Segmentasi Perusahaan Bordir Syfa Rahman	50
2. Target Pasar (<i>Targeting</i>)	54
3. Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	56
4. Marketing Mix (4P)	57
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Usaha Bordir di Kota Tasikmalaya Tahun 2021	3
Tabel 4.1 Daftar Karyawan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
------------------------------------	----