

DAFTAR ISI

|                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i     |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... | ii    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....             | iii   |
| HALAMAN PERNYATAAN .....             | iv    |
| MOTTO .....                          | v     |
| PERSEMBAHAN .....                    | vi    |
| KATA PENGANTAR .....                 | vii   |
| PEDOMAN TRANSLIT .....               | ix    |
| ABSTRAK .....                        | xi    |
| DAFTAR ISI .....                     | xii   |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | xvii  |
| DAFTAR TABEL .....                   | xviii |

BAB I: PENDAHULUAN

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1  |
| B. Fokus Penelitian .....       | 11 |
| C. Rumusan Masalah .....        | 11 |
| D. Tujuan Penelitian .....      | 11 |
| E. Manfaat Penelitian .....     | 12 |
| F. Sistematika Penulisan .....  | 13 |

BAB II: LANDASAN TEORI

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| A. Strategi .....                    | 15 |
| 1. Pengertian Strategi .....         | 15 |
| 2. Proses Pengambilan Strategi ..... | 16 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 3. Strategi Bersaing .....                                | 17 |
| 4. Ciri-Ciri Strategi .....                               | 19 |
| B. komunikasi .....                                       | 20 |
| 1. Pengertian Komunikasi .....                            | 20 |
| 2. Tujuan Komunikasi .....                                | 21 |
| 3. Unsur-Unsur Komunikasi .....                           | 22 |
| C. Komunikasi Pemasaran .....                             | 23 |
| 1. Pengertian Komunikasi pemasaran .....                  | 23 |
| 2. Fungsi Komunikasi Pemasaran .....                      | 24 |
| 3. Unsur-Unsur Komunikasi Pemasaran .....                 | 25 |
| 4. Sarana Komunikasi Pemasaran .....                      | 26 |
| D. Pemasaran Dalam Syari'ah .....                         | 38 |
| 1. <i>Shidiq</i> .....                                    | 39 |
| 2. <i>Amanah</i> .....                                    | 40 |
| 3. <i>Fathonah</i> .....                                  | 41 |
| 4. <i>Thabligh</i> .....                                  | 41 |
| E. Keputusan Pembelian .....                              | 42 |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                   | 42 |
| 2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan<br>Pembelian .....  | 43 |
| 3. Tipe Pengambilan Keputusan .....                       | 44 |
| 4. Proses-Proses Pengambilan Keputusan<br>Pembelian ..... | 46 |
| 5. Kerangka Acuan Keputusan Pembelian...                  | 50 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 6. Motif Pembelian Dalam Islam ..... | 51 |
| F. Hasil Penelitian Terdahulu.....   | 53 |
| G. Kerangka Berfikir .....           | 56 |

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian ..... | 58 |
| 1. Jenis Penelitian.....                 | 58 |
| 2. Pendekatan Penelitian .....           | 58 |
| B. Sumber Data.....                      | 59 |
| C. Lokasi Penelitian.....                | 60 |
| D. Subyek Penelitian.....                | 61 |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....          | 61 |
| F. Uji Keabsahan Data .....              | 63 |
| G. Analisis Data.....                    | 67 |

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian ..... | 69 |
| 1. Sejarah Berdirinya.....              | 69 |
| 2. Proses Pembuatan .....               | 73 |
| 3. Visi dan Misi.....                   | 80 |
| 4. Letak Geografis.....                 | 81 |
| 5. Struktur Organisasi .....            | 81 |
| B. Analisis Data dan Pembahasan .....   | 83 |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Data Tentang Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan UMKM Sablon 5pm Art .....                                                       | 83  |
| 2. Data Tentang Proses Keputusan Pembelian Yang Dilakukan Oleh Konsumen Di UMKM Sablon 5pm Art...                                                      | 90  |
| 3. Data Tentang Tujuan Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Yang Dilakukan UMKM Sablon 5pm Art .....          | 94  |
| C. Pembahasan Dan Analisis Penelitian.....                                                                                                             | 95  |
| 1. Analisis Data Tentang Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan UMKM Sablon 5pm Art.....                                               | 95  |
| 2. Analisis Data Tentang Proses Keputusan Pembelian Yang Dilakukan Oleh Konsumen Di UMKM Sablon 5pm Art...                                             | 95  |
| 3. Analisis Data Tentang Tujuan Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Yang Dilakukan UMKM Sablon 5pm Art ..... | 106 |

**BAB V: PENUTUP**

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| D. Simpulan .....               | 114 |
| E. Keterbatasan Penelitian..... | 115 |
| F. Saran .....                  | 115 |
| G. Penutup .....                | 115 |

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR GAMBAR

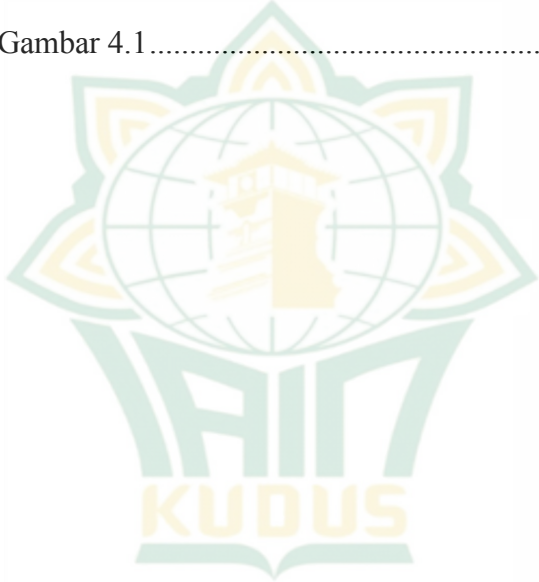
A. Gambar 2.1 ..... 25

B. Gambar 2.2 ..... 32

C. Gambar 2.3 ..... 46

D. Gambar 2.4 ..... 57

E. Gambar 4.1 ..... 82



DAFTAR TABEL

A. Tabel 2.1 ..... 53

