

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penulisan.....	13
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	15
1. <i>Marketing Strategy</i>	15
2. <i>Unsur Marketing Strategy</i>	26
3. <i>Konsep Marketing Strategy</i>	28
4. <i>Marketing Mix</i>	30
5. <i>Syariah Marketing</i>	35
6. <i>Karakteristik Syariah Marketing</i>	37
7. <i>Etika Syariah Marketing</i>	39
8. <i>Marketing Mix Syariah</i>	40
9. Analisis SWOT	45
10. <i>Konsumen</i>	50
B. Penelitian Terdahulu	53
C. Kerangka Berpikir.....	60
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	62
B. <i>Setting</i> Penelitian	63
C. Populasi dan Sampel	63
D. Sumber Data	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65

F. Pengujian Instrumen	68
1. Validitas Instrumen.....	68
2. Reliabilitas Instrumen	69
G. Teknik Analisis Data	69
1. Analisis IFAS	69
2. Analisis EFAS	70
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	73
1. Gambaran Obyek Penelitian	73
2. Deskripsi Data Penelitian.....	75
a. <i>Islamic Marketing Strategy</i>	75
1) <i>Marketing Mix</i>	77
2) Karakteristik <i>Marketing Strategy</i>	80
b. Analisis SWOT.....	81
3. Uji Validitas Reliabilitas Instrumen.....	83
a. Uji Validitas.....	83
1) Uji Validitas Kekuatan	84
2) Uji Validitas Kelemahan.....	84
3) Uji Validitas Peluang.....	85
4) Uji Validitas Ancaman	85
b. Uji Reliabilitas.....	86
B. Pembahasan dan Analisis	86
1. Perbedaan strategi pemasaran konvensional dengan strategi pemasaran syariah.....	87
2. Analisis <i>Islamic Marketing Startegy</i> UD Pixel Snack	88
a. Etika Bisnis Islam	88
b. Segmentasi, <i>Targetting</i> , <i>Positioning</i>	90
c. <i>Marketing Mix</i> Syariah UD Pixel Snack	91
3. Analisis Indikator SWOT pada UD Pixel Snack di Jawa Tengah	94
a. Analisis Internal Pixel Snack	94
1) Analisis Kekuatan Pixel Snack	94
2) Analisis Kelemahan Pixel Snack	96
b. Analisis Eksternal Pixel Snack	97
1) Analisis Peluang Pixel Snack	97
2) Analisis Ancaman Pixel Snack	98
4. Analisis Matriks IFASUD Pixel Snack dalamMeningkatkan Daya Tarik Konsumen.....	100
5. Analisis Matriks EFAS UD Pixel Snack dalamMeningkatkan Daya Tarik Konsumen.....	103

6. Strategi Pemasaran UD Pixel Snack dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen dengan Matriks SWOT	106
7. Differensiasi Produk	111
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	113
B. Keterbatasan Penelitian	114
C. Saran	114
D. Penutup	115
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Gap Research</i>	8
Tabel 2.1	Matriks SWOT	49
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3.1	Bobot Kuesioner SWOT	66
Tabel 3.2	Skor Total Matriks IFAS dan EFAS.....	67
Tabel 3.3	Matriks SWOT	70
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kekuatan.....	83
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kelemahan	83
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Peluang	84
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Ancaman.....	84
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Indikator SWOT.....	85
Tabel 4.6	Perbedaan pemasaran konvensional dengan pemasaran syariah	86
Tabel 4.7	Analisis Hasil Kuesioner Indikator Kekuatan.....	94
Tabel 4.8	Analisis Hasil Kuesioner Indikator Kelemahan.....	95
Tabel 4.9	Analisis Hasil Kuesioner Indikator Peluang	96
Tabel 4.10	Analisis Hasil Kuesioner Indikator Ancaman.....	98
Tabel 4.11	Bobot Indikator Kekuatan dan Kelemahan.....	99
Tabel 4.12	Analisis Matriks IFAS UD Pixel Snack	100
Tabel 4.13	Skor Bobot	102
Tabel 4.14	Bobot Indikator Peluang dan Ancaman	102
Tabel 4.15	Analisis Matrik EFAS UD Pixel Snack	103
Tabel 4.16	Analisis Matrik SWOT UD Pixel Snack	105
Tabel 4.17	Analisis SWOT Data Jumlah Pelanggan	109
Tabel 4.18	Analisa Perbandingan Produk Waderpixel dengan produk Waderku.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	<i>Marketing Mix</i> Syariah	44
Gambar	2.2	Analisis SWOT	48
Gambar	2.3	Kerangka Berfikir	59
Gambar	4.1	Struktur Organisasi Pixel Snack.....	74

