

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN MAJLIS PENGUJI UJIAN	
MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teoritis	10
1. <i>Cognitive Dissonance Theory</i>	10
2. Strategi Marketing Syariah	12
a. Pengertian Marketing Syariah	12
b. Strategi Marketing Syariah	13
c. Karakteristik Marketing Syariah	15
d. Etika Dalam Marketing	16
e. Praktik Marketing Nabi Muhammad SAW ..	17
f. Perbandingan Marketing Konvensional dan Syariah	19
3. Strategi Bauran Pemasaran	22
4. Strategi Pemasaran Islami	24
5. Loyalitas Konsumen	25
a. Pengertian Loyalitas Konsumen	25
b. Ciri-ciri konsumen loyal	27
c. Dimensi Loyalitas	28

d. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	30
e. Tahapan loyalitas Konsumen.....	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berfikir	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. <i>Setting</i> Penelitian	37
C. Subyek Penelitian	37
D. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN

A. Gambaran Obyek Penelitian	44
1. Profil Perusahaan CV. Seleksi Alam Muria	44
2. Visi dan Misi CV. Seleksi Alam Muria	44
3. Sejarah Berdirinya CV. Seleksi Alam Muria	45
4. Struktur Organisasi CV. Seleksi Alam Muria ...	46
5. Bidang Usaha	46
B. Deskripsi Data Penelitian	51
1. Strategi Marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria dalam Memasarkan Produknya	51
2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Marketing Syariah yang Diterapkan CV. Seleksi Alam Muria	56
3. Strategi Marketing CV. Seleksi Alam Muria dalam Mencapai Loyalitas Konsumen	58
C. Analisis dan Pembahasan	61
1. Analisis Strategi Marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria dalam Memasarkan Produknya	61
2. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Strategi Marketing Syariah yang Diterapkan CV. Seleksi Alam Muria	69
3. Analisis Strategi Marketing CV. Seleksi Alam Muria dalam Mencapai Loyalitas Konsumen	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
C. Penutup	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Marketing UMKM	3
Tabel 2.1 Perbedaan Syariah Marketing dan Konvensional..	20
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu... ..	31
Tabel 4.1 Kepengurusan CV. Seleksi Alam Muria	46
Tabel 4.2 Jumlah Peningkatan Loyalitas Konsumen.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 4.1 Produk Sirup Parijotho..	48
Gambar 4.2 Produk Jelly Candy Parijotho	48
Gambar 4.3 Produk Chips Parijotho	49
Gambar 4.4 Produk Teh Celup dan Teh Tubruk Parijotho.....	50

