

## DAFTAR ISI

|                                             |            |
|---------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                  | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b> | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>             | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>             | <b>iv</b>  |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                  | <b>v</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>            | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                  | <b>vii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                        | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                     | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                   | <b>xiv</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                    |            |
| A. Latar Belakang .....                     | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....                    | 6          |
| C. Tujuan Penelitian .....                  | 6          |
| D. Manfaat Penelitian .....                 | 6          |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi .....      | 7          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                |            |
| A. Segmentasi pasar.....                    | 9          |
| 1. Pengertian Segmentasi .....              | 9          |
| 2. Pola dan Prosedur Segmentasi .....       | 10         |
| 3. Dasar Segmentasi.....                    | 12         |
| a. Variabel Geografis .....                 | 12         |
| b. Variabel Demografi .....                 | 12         |
| c. Variabel Psikografi .....                | 13         |
| d. Variabel Tingkah Laku .....              | 13         |
| e. Segmentasi Yang Efektif .....            | 14         |
| B. Target Pasar ( <i>Targeting</i> ) .....  | 15         |
| 1. Pengertian <i>Targeting</i> .....        | 15         |
| 2. Kriteria <i>Targeting</i> .....          | 16         |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| a. Ukuran Pasar .....                                     | 16 |
| b. Pertumbuhan Pasar.....                                 | 17 |
| c. Keunggulan komparatif .....                            | 17 |
| 3. Faktor-Faktor Dalam Menentukan Segmentasi Pasar.....   | 17 |
| a. Sumber daya organisasi .....                           | 17 |
| b. Tipe produk.....                                       | 17 |
| c. Tahap dalam daur ulang produk .....                    | 18 |
| d. Strategi pesaing dan strategi bersaing organisasi..... | 18 |
| C. Posisi Pasar ( <i>positioning</i> ).....               | 19 |
| 1. Pengertian Posisi Pasar ( <i>Positioning</i> ) .....   | 19 |
| 2. Penetapan Posisi Pasar .....                           | 19 |
| 3. Strategi Produk Positioning .....                      | 20 |
| 4. Penempatan Produk ( <i>Product Positioning</i> ).....  | 22 |
| D. Strategi Pemasaran .....                               | 23 |
| 1. Pengertian Strategi Pemasaran.....                     | 23 |
| 2. Konsep Pemasaran .....                                 | 24 |
| 3. Bauran Pemasaran.....                                  | 26 |
| a. Produk .....                                           | 26 |
| b. Harga.....                                             | 26 |
| c. Saluran Distribusi.....                                | 27 |
| d. Promosi .....                                          | 27 |
| E. Pemasaran Dalam Perspektif Islam.....                  | 28 |
| 1. Pengertian Pemasaran Dalam Perspektif Islam .....      | 28 |
| 2. Karakteristik Pemasaran Syari'ah .....                 | 29 |
| a. Teistis ( <i>Rabbaniyyah</i> ) .....                   | 29 |
| b. Etis ( <i>Akhlaqiyyah</i> ).....                       | 29 |
| c. Realistis ( <i>Al-Waqi'iyah</i> ).....                 | 30 |
| d. Humanistis ( <i>Al-Insaniyyah</i> ) .....              | 30 |
| F. Penelitian Terdahulu .....                             | 31 |
| G. Kerangka Pemikiran.....                                | 32 |

**BAB III METODE PENELITIAN**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| A. Jenis dan pendekatan penelitian ..... | 34 |
| B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....     | 35 |
| C. Instrumen Penelitian.....             | 35 |
| D. Subyek dan Objek Penelitian .....     | 35 |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....         | 36 |
| F. Sumber Data.....                      | 38 |
| G. Teknik Keabsahan Data .....           | 39 |
| H. Teknik Analisis Data.....             | 41 |

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum Konveksi Amalika Kudus .....                                           | 44 |
| 1. Sejarah Berdirinya Konveksi Amalika Jepang Pakis<br>Kudus .....                      | 44 |
| 2. Letak Geografis Konveksi Amalika Jepang Pakis<br>Kudus .....                         | 45 |
| 3. Visi dan misi Konveksi Amalika .....                                                 | 45 |
| 4. Tujuan Konveksi Amalika .....                                                        | 46 |
| 5. Struktur Organisasi Konveksi Amalika .....                                           | 46 |
| 6. Kegiatan Produksi Konveksi Amalika .....                                             | 48 |
| 7. Pemasaran dan Promosi .....                                                          | 52 |
| B. Hasil Penelitian .....                                                               | 53 |
| 1. Data Tentang Penentuan Segmen Pasar Pada Konveksi<br>Amalika Jepang Pakis Kudus..... | 53 |
| a. Segmentasi Geografi .....                                                            | 53 |
| b. Segmentasi Demografi.....                                                            | 54 |
| c. Segmentasi Psikografik.....                                                          | 55 |
| 2. Data Tentang Penentuan Target Pasar Pada Konveksi<br>Amalika Jepang Pakis Kudus..... | 55 |
| a. Ukuran pasar .....                                                                   | 56 |
| b. Pertumbuhan pasar .....                                                              | 56 |
| c. Keunggulan komparatif .....                                                          | 56 |

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Data Tentang Penentuan Posisi Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus.....      | 57 |
| a. Harga dan Kualitas.....                                                                | 58 |
| b. Pesaing .....                                                                          | 58 |
| c. Pemakai.....                                                                           | 59 |
| C. Pembahasan .....                                                                       | 59 |
| 1. Analisis Tentang Penentuan Segmen Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus. .... | 59 |
| 2. Analisis Tentang Penentuan Target Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus. .... | 63 |
| 3. Analisis Tentang Penentuan Posisi Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus. .... | 65 |
| <b>BAB V      PENUTUP</b>                                                                 |    |
| A. Kesimpulan .....                                                                       | 72 |
| B. Saran.....                                                                             | 74 |
| C. Keterbatasan Penelitian.....                                                           | 75 |
| D. Penutup.....                                                                           | 75 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                                                     |    |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                  |    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>                                                          |    |

**DAFTAR GAMBAR**

|             |                                                            |    |
|-------------|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar. 2.1 | Kerangka Berfikir .....                                    | 33 |
| Gambar. 4.1 | Struktur Organisasi Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus... | 47 |
| Gambar. 4.2 | Proses Produksi Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus   | 50 |

