


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>  |                |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>   |                |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>i</b>       |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>iii</b>     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>vi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>viii</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>x</b>       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>  |                |
| A. Latar Belakang Masalah.....  | 1              |
| B. Batasan Masalah.....   | 7              |
| C. Rumusan Masalah .....  | 7              |
| D. Tujuan dan Kegunaan.....   | 7              |
| E. Metode Penelitian.....   | 8              |
| F. Sistematika Penulisan.....   | 12             |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PASAR SENJA</b>   |                |
| A. Sejarah Singkat Pasar Senja .....  | 14             |
| B. Visi dan Misi Pasar Senja.....   | 17             |
| C. Tujuan Pasar Senja .....   | 18             |
| D. Struktur Organisasi Pasar Senja .....  | 18             |
| <b>BAB III STRATEGI PEMASARAN</b>   |                |
| A. Strategi Pemasaran .....   | 22             |
| 1. Pengertian Strategi .....  | 22             |
| 2. Pengertian Pemasaran .....   | 23             |
| 3. Pengertian Strategi Pemasaran .....  | 24             |
| B. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....  | 25             |
| 1. Strategi Pemasaran yang Tidak Membeda-bedakan Pasar<br>( <i>Undifferentiated Marketing</i> ) ..... | 26             |

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|   |    |
|---|----|
| 2. Strategi Pemasaran yang Membeda-bedakan Pasar ( <i>Differentiated Marketing</i> )..... | 27 |
| 3. Strategi Pemasaran yang Terkonsentrasi ( <i>Concentrated Marketing</i> ).....          | 28 |
| C. Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....  | 30 |
| 1. <i>Product</i> (produk).....   | 31 |
| 2. <i>Price</i> (harga).....  | 33 |
| 3. <i>Place</i> (Tempat).....   | 36 |
| 4. <i>Promotion</i> (promosi).....  | 39 |
| D. Sistem Pemasaran Dalam Islam .....   | 40 |
| 1. Aspek produk .....   | 44 |
| 2. Aspek Harga.....   | 45 |
| 3. Aspek tempat.....  | 47 |
| 4. Aspek promosi.....   | 48 |

**BAB IV PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR SENJA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

|  |    |
|--|----|
| A. Penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru .....  | 50 |
| B. Faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru ..... | 64 |
| C. Tinjauan ekonomi islam terhadap penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru .....        | 69 |

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 74 |
| B. Saran.....       | 75 |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**