

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|-----------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan | 5 |
| 1.4. Manfaat | 6 |
| 1.5. Kerangka Teori | 7 |
| 1.6. Metode Penelitian | 10 |
| 1.7. Sistematika Pembahasan..... | 16 |

**BAB II KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH DALAM
MEMENUHI KEPUASAN PELANGGAN**

| | |
|---|----|
| 2.1. Teori Pemasaran (<i>Marketing</i>) | 18 |
| 2.2. Pemasaran Syariah (<i>Syariah Marketing</i>) | 21 |
| 2.3. Karakteristik Pemasaran Syariah | 33 |
| 2.4. Teori Kepuasan | 40 |
| 2.5. Studi Empiris | 47 |

**BAB III KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH DI BUNKER
RABBANI BANDUNG RAYA**

| | |
|--|----|
| 3.1. Sejarah Rabbani Bandung | 49 |
| 3.2. Perkembangan Pemasaran Rabbani | 50 |
| 3.3. Perkembangan Usaha Rabbani | 51 |
| 3.4. Visi dan Misi Rabbani | 53 |
| 3.5. Budaya Kerja Karyawan Rabbani | 55 |
| 3.6. Core Value Rabbani | 56 |
| 3.7. Struktur Organisasi | 57 |
| 3.8. Karakteristik Pemasaran Syariah yang diterapkan di Rabbani Bandung | 58 |

**BAB IV ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH DI BUNKER RABBANI
BANDUNG RAYA**

| | |
|--|----|
| 4.1. Karakteristik Responden | 69 |
| 4.2. Strategi Pemasaran di Rabbani Bandung Menurut Responden | 76 |

| | |
|--|----|
| 4.3. Karakteristik Pemasaran Syariah di Rabbani Bandung menurut Responden | 82 |
| 4.4. Kepuasan Pelanggan di Rabbani Bandung Menurut Responden .. | 86 |
| 4.5. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Karakteristik Pemasaran Syariah di Bunker Rabbani Bandung Raya | 88 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 93 |
| 5.2. Saran | 94 |

| | |
|-----------------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
|-----------------------------|----|

| | |
|-----------------------|--|
| LAMPIRAN | |
|-----------------------|--|

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1. Variabel Penelitian dan Pengukuran | 14 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 69 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 70 |
| Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 71 |
| Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden .. | 72 |
| Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja ke Rabbani | 73 |
| Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan ... | 74 |
| Tabel 4.7. Tempat favorite untuk belanja busana muslim | 75 |
| Tabel 4.8. Klasifikasi Variabel | 76 |
| Tabel 4.9. Variabel strategi harga di Rabbani | 77 |
| Tabel 4.10 Variabel strategi produk di Rabbani | 78 |
| Tabel 4.11 Variabel strategi tempat di Rabbani | 79 |
| Tabel 4.12. Metode promosi di Rabbani | 80 |
| Tabel 4.13 variabel teistis (rabbaniyyah) | 82 |
| Tabel 4.14 variabel etis (akhlaqiyyah) | 83 |
| Tabel 4.15 variabel realistik (al-waqi'iyah) | 84 |
| Tabel 4.16 variabel humanistik (insaniyyah) | 85 |
| Tabel 4.17 variabel kepuasan pelanggan | 86 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 3.1. Perkembangan Pemasaran Rabbani | 51 |
| Gambar 3.2. Struktur Organisasi Departemen Pemasaran Rabbani | 58 |
| Gambar 3.3. Busana Karyawan Rabbani | 67 |



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SK Skripsi

LAMPIRAN 2 : Bukti Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 3 : Surat Izin Penelitian

LAMPIRAN 4 : Riwayat Hidup

