

***IMPROVED MARKETING PERFORMANCE MODEL BASED  
ON BRAND MANAGEMENT CAPABILITY AND MARKETING  
INNOVATIVENESS THROUGH AN ISLAMIC MARKETING  
COMMUNICATION STRATEGY***

**Skripsi**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana S1

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

*Uswatun Khasanah*

**NIM : 30401511925**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
SEMARANG  
2019**

***IMPROVED MARKETING PERFORMANCE MODEL BASED  
ON BRAND MANAGEMENT CAPABILITY AND MARKETING  
INNOVATIVENESS THROUGH AN ISLAMIC MARKETING  
COMMUNICATION STRATEGY***

**Skripsi**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana S1

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

*Uswatun Khasanah*

**NIM : 30401511925**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
SEMARANG  
2019**

Skripsi

***IMPROVED MARKETING PERFORMANCE MODEL BASED ON BRAND  
MANAGEMENT CAPABILITY AND MARKETING INNOVATIVENESS  
THROUGH AN ISLAMIC MARKETING COMMUNICATION STRATEGY***

**Disusun Oleh:**

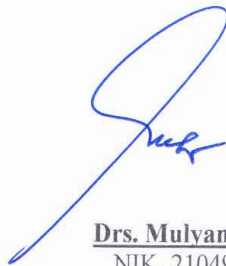
***Uswatun Khasanah***

**30401511925**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21 Febuari 2019

Pembimbing



**Drs. Mulyana, M.Si**  
NIK. 210490020

**IMPROVED MARKETING PERFORMANCE MODEL BASED ON BRAND  
MANAGEMENT CAPABILITY AND MARKETING INNOVATIVENESS  
THROUGH SN ISLAMIC MARKETING COMMUNICATION STRATEGY**

**Disusun Oleh :**

***Uswatun Khasanah***

**NIM : 30401511925**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 1 Maret 2019

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing

**Drs. Mulyana, M.Si**  
**NIK. 210490020**

Penguji 1

**Ken Sudarti, SE, Msi**  
**NIK. 210491023**

penguji 2

**Dr. Lutfi Nurcholis, ST, MM**  
**NIK. 210416055**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 1 Maret 2019

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM**  
**NIK. 210499042**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uswatun Khasanah

NIM : 30401511925

Dengan ini saya nyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul:

*Improved Marketing Performance Model Based On Brand Management Capability And Marketing Innovativeness Through An Islamic Marketing Communication Strategy*

.....  
.....  
.....

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 5 April 2019



Uswatun Khasanah

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“ Senyum sapamu kepada saudaramu itu pahala bagimu “ (Uswatun khasanah)

### **PERSEMBAHAN**

- Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan modal dan material.
- Adikku Ahmad Kafid, Ahmad Malik, Ahmad Kafi
- Calon suamiku Fredi Sofyan Ansori yang selalu memberi dorongan dan motivasi
- Semua kawan-kawanku seperjuangan Fakultas Ekonomi, terimakasih atas Support dan Doanya.
- Sahabat-sahabatku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Almamaterku tercinta UNISSULA.

## INTISARI

Fenomena bisnis *Islamic fashion* dan potensinya di Indonesia hanya dinikmati oleh perusahaan besar. Sementara perusahaan kecil belum sepenuhnya menikmati, hal ini terbukti dengan bisnis fashion garmen yang pasang surut dikarenakan ketatnya persaingan pada bisnis *fashion* serta banyaknya perusahaan kecil penggiat busana muslim. Konsumen pada segmen pasar tertentu dalam industri *fashion* yang memiliki kesadaran *fashion* cenderung memiliki keinginan akan mode yang cepat berubah dan sulit diprediksi, sehingga persaingan yang berlangsung pada UMKM *fashion* telah bergeser dari masalah harga dan kualitas menjadi persaingan dengan fokus pada unsur waktu. Dengan adanya fenomena ini akan menimbulkan banyak persaingan dalam UMKM bidang fashion muslim adanya tekanan dan persaingan yang ketat akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan strategi pemasaran dalam UMKM fashion Muslim.

*Islamic marketing communication strategy* merupakan bagian yang penting dalam kehidupan manusia karena setiap hari kita selalu berkomunikasi. Komunikasi yang dimaksud ialah komunikasi yang berakhlak al-karimah atau komunikasi yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis (sunah nabi). Selain itu komunikasi Islam menjalin hubungan antara manusia dengan manusia (hablun min al-nas) dan manusia dengan ALLAH (hablun min ALLAH). Hubungan yang lebih dekat dengan manusia membantu perusahaan dalam mengembangkan kemampuan perusahaan dalam berinteraksi dan mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Salah satu strategi komunikasi dalam Islam memasarkan

produk melalui promosi penjualan dan iklan yang belandaskan nilai-nilai Islam yakni memiliki sikap jujur dan amanah.

Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu pemilik UMKM busana muslim di Jawa Tengah yang jumlah sampel belum diketahui. Teknik yang digunakan adalah *purposive sample* yaitu sampel dalam peneliti menggunakan penilaian kriteria tertentu dalam penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu pemilik yang berpengalaman mengelola bisnis usaha minimal 1 tahun. Jumlah sampel yaitu 192 responden.

Teknik analisi menggunakan adalah analisi regresi linier berganda, uji t, uji f dengan bantuan SPSS 23. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *brand management capability* terhadap *Islamic marketing communication strategy* dan *marketing performance*. Kemudian *marketing innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *Islamic marketing communication strategy* dan *marketing performance*. Selanjutnya *Islamic marketing performance* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *capability brand management*, *marketing innovativeness* dan *marketing performance*.



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian skripsi yang berjudul “*IMPROVED MARKETING PERFORMANCE MODEL BASED ON BRAND MANAGEMENT CAPABILITY AND MARKETING INNOVATIVENESS THROUGH AN ISLAMIC MARKETING COMMUNICATION STRATEGY*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat tersusun.
2. Bapak Drs. Mulyana, M.Si selaku Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat tersusun.

3. Kedua kepada orang tua saya dan ketiga adik saya serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis agar selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyusun usulan penelitian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
5. Teman dan sahabat terdekat Fredi Sofyan Ansori, Afriana Indah Sari, Lilis Fitriana, Yumna Iffa, Intan Masfufah, Nailil Muna, Tina rahayu, M.azka, Umi nasekha , Arryunus, Siti mayza, Fitri atika, Tahwid nazal, Reny Afifah, Hanifah Azhar, Ricky Sutрино, Munadziroh yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini.
6. Teman dan Sahabat kelas EC dan seluruh teman-teman manajemen angkatan tahun 2015 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini.
7. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa usulan penelitian skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan usulan penelitian skripsi ini

di masa yang akan datang. Skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, 14 Februari 2019

Penulis,

Uswatun Khasanah