



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**STRATEGI PEMASARAN BAGI BUTIK CALAQISYA DALAM
ASPEK PERSAINGAN, SASARAN PASARAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN**

**NUR AMANINA AISYA BT ISMAIL
2014664156**

**SARJANA MUDA
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)
PENGURUSAN INDUSTRI SENI**

MAC 2017

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**STRATEGI PEMASARAN BAGI BUTIK
CALAQISYA DALAM ASPEK PERSAINGAN,
SASARAN PASARAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN**

NUR AMANINA AISYA BT ISMAIL

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi
sebahagian daripada syarat memperoleh
Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)
Pengurusan Industri Kreatif

Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Mac 2017

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
KAMPUS PUNCAK PERDANA
SHAH ALAM SELANGOR**

SESI: MAC 2017 – JULAI 2017

DENGAN INI MENGESAHKAN
NUR AMANINA AISYA BT ISMAIL
2014664156

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK
FAKULTI.**

TARIKH:

.....

PENYELIA
ENCIK AZROZ MOHD

.....

DEKAN
DATO' PROFESOR DR. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN

.....

PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar kemana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar : Nur Amanina Aisya Bt Ismail
No. Pelajar : 2014664156
Program : Pengurusan Industri Kreatif (FF226)
Fakulti : Fakulti Filem, Teater dan Animasi
Tajuk Kajian / Projek : Strategi Pemasaran Bagi Butik Calaqisya
Dalam Aspek Persaingan, Sasaran Pasaran
dan Kepuasan Pelanggan.
Tandatangan Pelajar :
Tarikh : Julai 2017

ABSTRAK

Kajian ini mengenalpasti tentang strategi pemasaran, aspek sasaran pasaran serta kepuasan pengguna terhadap butik Calaqisya. Teori pemasaran dari Kotler dan Amstrong digunakan untuk strategi pemasaran, aspek sasaran pasaran serta kepuasan pengguna di dalam kajian ini. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji masalah persaingan yang berlaku diantara butik Calaqisya dan butik pakaian muslimah yang lain, untuk memahami adakah Calaqisya mencapai sasaran pasaran yang mereka mahu melalui promosi yang dilakukan oleh butiknya dan mengenalpasti bagaimana Calaqisya berjaya menarik perhatian pelanggan dan memberi kepuasan kepada pelanggan. Kajian ini akan menggunakan sepenuhnya kaedah temuduga bersama unit pemasaran butik Calaqisya dan bertanya maklumbalas para pengguna atau pelanggan. Kertas kerja ini memberikan sumbangan kepada peniaga agar mengetahui lebih mendalam tentang pemasaran yang terdapat di Malaysia. Tambahan lagi, penyelidik berharap supaya kertas kerja ini dapat memberi sedikit pengetahuan kepada mahasiswa universiti terhadap strategi pemasaran yang dijalankan oleh sesebuah perniagaan butik pakaian muslimah.

ABSTRACT

This is a study on the marketing strategy, the target market and user satisfaction of Calaqisya boutique . Marketing theories of Kotler and Armstrong were used for the marketing strategy, the target market and user satisfaction in this study. The aims of this study were to investigate the problem of competition prevailing among Calaqisya and other Muslim clothing boutiques , to understand whether Calaqisya has reached their targeted market that they want through promotion of the store and identity how Calaqisya managed to attract the attention and satisfaction of their customers. This study will make full use of the interview method with marketing unit of Calaqisya boutique and asks the user or customer feedback. This research contributes to the dealer to find out more about marketing in Malaysia. Furthermore, the researcher hope that this paper can give some knowledge to the university student how the marketing strategy of a business that run by Muslim clothing boutique.

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
PENGESAHAN	ii
PENGAKUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PENGHARGAAN	vi
ISI KANDUNGAN	vii
Pengenalan	
Pengenalan	1
Pernyataan Masalah	4
Objektif Kajian	7
Persoalan Kajian	8
Kepentingan Kajian	8
Skop dan Limitasi Kajian	9
Struktur Tesis	10
Rumusan	11
BAB SATU:	
ASAS PEMASARAN	
Pengenalan	13
Asas Pemasaran	13
Rumusan	21

**BAB DUA:
PERSAINGAN, SASARAN PASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Pendahuluan	22
Persaingan Di Dalam Pemasaran	25
Sasaran Pasaran dan Promosi	28
Kepuasan Pengguna dan Pelanggan	30
Rumusan	31

**BAB 3:
HASIL KAJIAN**

Pendahuluan	33
Latar Belakang Syarikat	34
Latar Belakang Responden	36
Dapatan Kajian Lapangan	38
Dapatan Kaedah Temubual	39
Objektif 1: Mengenalpasti masalah persaingan butik Calaqisya dan butik pakaian muslimah yang lain	39
Objektif 2: Mengkaji butik Calaqisya sama ada mencapai sasaran pasaran melalui promosi yang dilakukan	43
Objektif 3: Merumuskan sama ada butik Calaqisya Berjaya menarik perhatian pelanggan dan memberi kepuasan kepada pelanggan	46
Kesimpulan	50

KESIMPULAN

Pengenalan	52
RumusanSetiap Bab	52
Limitasi Kajian	54
Cadangan	55
Kesimpulan	57

RUJUKAN	59
----------------	----