

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Definisi Istilah.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	
A. Pemasaran .....	13
B. Segmenting.....	16
C. Targeting .....	19
D. Positioning .....	22
E. Marketing Mix .....	24
F. Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	41
G. Produk .....	43

H. Pembiayaan .....	45
I. Rahn Tasjily .....	48
J. Pegadaian dan Pegadaian Syariah .....	50
K. Kajian Penelitian Terdahulu.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	56
B. Kehadiran Penelitian .....	57
C. Lokasi Penelitian.....	57
D. Sumber Data.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data.....	59
F. Analisis Data .....	63
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	64
H. Tahapan Penelitian .....	67
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN</b>	
A. Paparan Data .....	70
B. Temuan Penelitian.....	82
C. Pembahasan.....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>90</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>103</b>