

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah.....	6
F. Kajian Terdahulu.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Tentang Pemasaran.....	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Tujuan Pemasaran.....	10
3. Konsep Pemasaran.....	11

4. Strategi Pemasaran.....	12
B. Kajian Tentang Pemasaran Syariah.....	14
1. Pengertian Pemasaran Syariah.....	14
2. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	15
3. Tujuan Pemasaran Syariah.....	16
4. Etika Dalam Pemasaran Syariah.....	18
5. Prinsip Pemasaran Syariah.....	28
6. Perbandingan Pemasaran Syariah Dan Pemasaran Konvensional.....	29
C. Kajian Tentang Gadai Syariah.....	31
1. Pengertian Gadai Syariah.....	31
2. Dasar Hukum Gadai Syariah.....	32
3. Rukun Gadai Dan Syarat Gadai Syariah.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Kehadiran Peneliti.....	40
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Sumber Data.....	41
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	42
F. Analisis Data.....	46
G. Teknik Analisis Data.....	48
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	49
I. Tahap-Tahap Penelitian.....	51

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN.....	55
A. Paparan Data dan temuan penelitian.....	55
B. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR RUJUKAN.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80
RIWAYAT HIDUP.....	94