

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	9
F. Kajian Terdahulu.....	11

BAB II KAJIAN TEORI	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Pengertian Analisis SWOT	24
3. Tujuan Dan Manfaat SWOT	29
4. Pengertian Gadai	30
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	43
F. Analisis Data	45
G. Pengecekan Keabsahan Data	46
H. Tahap-Tahap Penelitian	50
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN, DAN PEMBAHAAN.....	53
A. Paparan Data	53
B. Temuan Penelitian	71
C. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR RUJUKAN	82
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	87
LAMPIRAN.....	88
RIWAYAT HIDUP	