

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.....	Kont
eks Penelitian .....	1
B.....	Foku
s Penelitian .....	6
C.....	Tuju
an Penelitian.....	7
D.....	Manf
aat Penelitian .....	7
E.....	Defin
isi Istilah .....	8
F.....	Kajia
n Penelitian Terdahulu .....	9



BAB II KAJIAN TEORI .....	13
A.....	Pem
asaran .....	13
1.....	Defin
isi Pemasaran .....	13
2.....	Peng
ertian Strategi Pemasaran.....	14
3.....	Kons
ep Pemasaran .....	15
4.....	Fung
si Strategi Pemasaran .....	17
5.....	Lang
kah-langkah penerapan strategi pemasaran.....	18
1).....	Seg
mentasi pasar .....	18
2).....	Pene
tapan Target Pasar (market Targeting) .....	19
3).....	Posi
si Pasar.....	20
4).....	Baur
an Pemasaran (Marketing Mix).....	21



B. Pengertian Analisis SWOT.....	23
1.....	Pen
gertian Analisis SWOT.....	23
2.....	Tuju
an dan Mafaat SWOT.....	28
3.....	Peng
ertian Gadai ( <i>Ar-Rahn</i> ).....	29
 BAB III METODE PENELITIAN .....	 38
A.....	Pend
ekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B.....	Keha
diran Peneliti .....	39
C.....	Loka
si Penelitian .....	39
D.....	Sum
ber data .....	40
E.....	Pros
edur Pengumpulan data.....	41
1.....	Obse
rvasi .....	42



2.....	Waw
ancara .....	44
3.....	Doku
mentasi .....	46
F.....	Anali
sis data .....	46
G.....	Peng
ecean keabsahan data .....	47
1.....	Perp
anjangan keikut sertaan .....	47
2.....	Kete
kunan pengamatan .....	48
3.....	Trian
gulasi .....	48
H.....	Taha
pan Penelitian .....	49
1.....	Pra
Lapangan .....	49
2.....	Taha
p Pekerjaan Lapangan .....	50
3.....	Taha



p Analisis data .....	51
B. ....	<i>Outli</i>
ne Penelitian.....	29
 BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. ....	Papa
ran Data dan Temuan Penelitian.....	
B. ....	Pem
bahasan.....	
 BAB V PENUTUP.....	
A. ....	Kesi
mpulan.....	
B. ....	Sara
n.....	
 DAFTAR PUSTAKA.....	 31
 LAMPIRAN.....	 34

