

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Kajian Penelitian Terdahulu	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Pemasaran	13
B. Strategi Pemasaran	14
C. Strategi <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	16

	D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	20
	E. Produk Gadai Emas	22
BAB III	METODE PENELITIAN	32
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
	B. Kehadiran Peneliti.....	32
	C. Lokasi Penelitian.....	33
	D. Sumber Data.....	33
	E. Teknik Pengumpulan data	34
	F. Analisis Data.....	37
	G. Pengecekan Keabsahan Data	38
	H. Tahap-tahap Penelitian	39
BAB IV	PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
	A. Paparan Data.....	42
	B. Temuan Penelitian	57
	C. Pembahasan	59
BAB V	PENUTUP.....	68
	A. Kesimpulan.....	68
	B. Saran.....	69
	DAFTAR RUJUKAN	71
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74