

## **DAFTAR ISI**

### **HALAMAN SAMPUL**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Masalah.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah .....	9
G. Sistematika Skripsi.....	10

## **BAB II : KAJIAN PUSTKA**

A. Teori Strategi Pemasaran .....	12
B. Bauran Pemasaran .....	24
C. Tujuan Pemasaran.....	37
D. Penjualan.....	38
E. Gadai Syariah ( <i>rahn</i> ) .....	45
F. Gadai Emas .....	54
G. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) .....	56
H. Hasil PenelitianTerdahulu .....	60
I. KerangkaKonseptual.....	63

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. PendekatandanjenisPenelitian.....	64
B. Lokasi penelitianPenelitian.....	64
C. KehadiranPeneliti .....	65
D. Data dan Sumber Data.....	65
E. Teknik pengumpulan Data.....	66
F. Teknik Analisa Data .....	66
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	68
H. Tahap-tahap Penelitian .....	70

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data.....	72
1. SejarahBerdirinya BPRS MandiriMitraSukses Gresik .....	67
2. Letak Geografis BPRS MandiriMitraSukses Gresik .....	67
3. Struktur Organisasi BPRS MandiriMitraSukses Gresik .....	68
4. Visi dan Misi BPRS MandiriMitraSukses Gresik .....	71
5. Produk-produk BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik .....	72

B. Temuan Hasil Penelitian.....	76
1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas.....	76
2. Peranan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas.....	94
C. Analisis Data.....	94

## **BABA V : PEMBAHASAN**

A. Analisis Strategi Bauran Pemasaran (4P) dalam meningkatkan Volume Penjualan produk Gadai Emas diBPRSMandiriMitraSukses Gresik .....	104
B. Peranan Bauran Pemasaran (4P) dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas di BPRS MandiriMitraSukses Gresik.....	111

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	114
B. Saran .....	115

## **DAFTAR PUSTAKA**