

**ANALISA *MARKETING* SYARIAH PADA PEMASARAN
PERUMAHAN SYARIAH D'AHSA NA MODERN CITY**

SKRIPSI

**Oleh
DINI EKA SAFITRI
NIM: G74219090**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Dini Eka Safitri, G74219090, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 14 Desember
2023

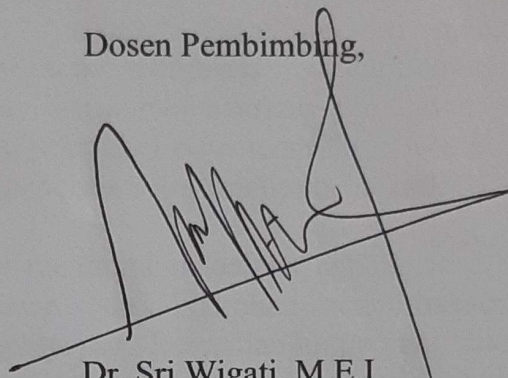


Dini Eka Safitri
NIM. G74219090

Surabaya, 14 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Wigati', written over a horizontal line.

Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISA *MARKETING* SYARIAH PADA PEMASARAN PERUMAHAN SYARIAH D'AHSANA MODERN CITY

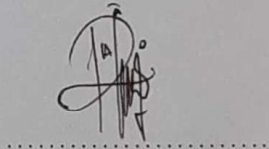
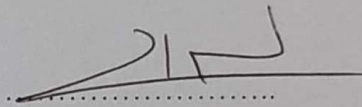
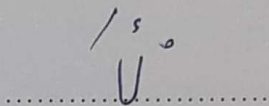
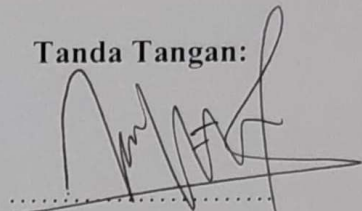
oleh
Dini Eka Safitri
NIM: G74219090

Telah dinyatakan di depam Dewan Penguji pada tanggal 28 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Sri Wigati, MEI.
NIP. 197302212009122001
(Penguji 1)
2. Dr. Siti Musfiqo, MEI.
NIP. 197608132006042002
(Penguji 2)
3. Ajeng Tita Nawangsari, S.E., M.A.,
Ak.
NIP. 198708282019032013
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 28 Desember 2023



Suzana Azzahra, S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DINI EKA SAFITRI
NIM : G74219090
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : g74219090@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

« IMPLEMENTASI MARKETING SYARIAH PADA PEMASARAN PERUMAHAN

SYARIAH D'AHSANA MODERN CITY »

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Dini Eka Safitri)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Batasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Pemasaran Syariah.....	13
2.1.3 <i>Marketing Mix</i>	16
2.1.4 Perumahan Syariah	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Konseptual	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Sumber Data	37

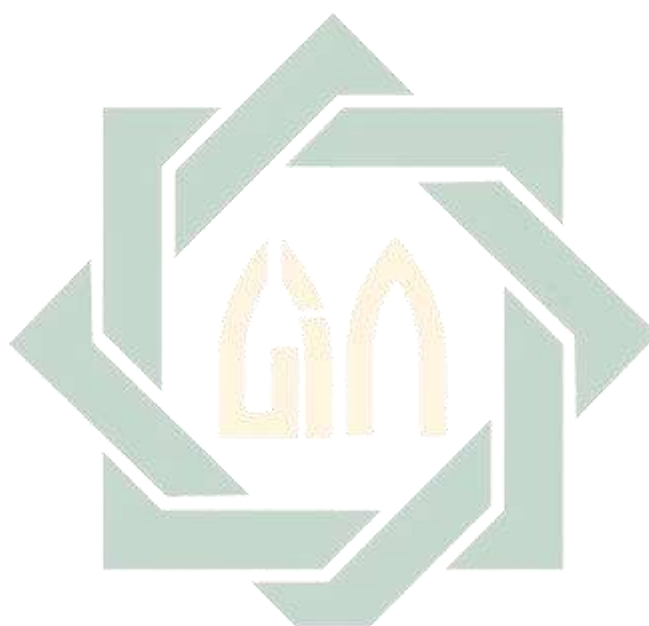
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis Data	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.2 Pemasaran Perumahan Syariah D'Ahsana Modern City	46
4.1.3 Analisa <i>Marketing</i> Syariah pada Pemasaran Perumahan Syariah D'Ahsana Modern city.....	47
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Pemasaran Perumahan Syariah D'Ahsana Modern City	55
4.2.2 Implementasi <i>Marketing</i> Syariah pada Pemasaran Perumahan Syariah D'Ahsana Modern City.....	56
BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	34
--------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

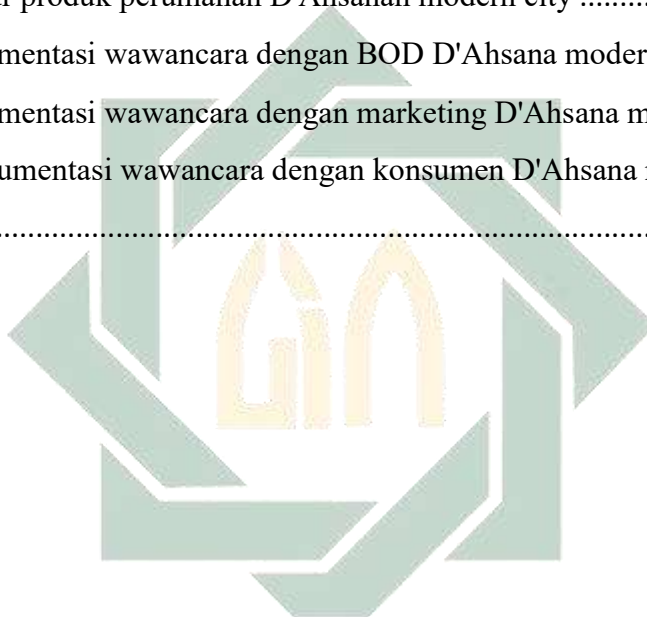
Gambar 1.1 Presentase kepemilikan rumah sendiri	1
Gambar 1.2 Presentase rumah tangga layak huni	2
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1. 1 Logo D'Ahsana Modern City	43
Gambar 4.1. 2 Struktur Organisasi D'Ahsana Modern City	45



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak D'Ahsana	72
Lampiran 2 Daftar pertanyaan wawancara dengan konsumen D'Ahsana.....	73
Lampiran 3 Transkrip wawancara dengan pihak BOD (<i>Board Of Director</i>).....	74
Lampiran 4 Transkrip wawancara dengan pihak marketing	77
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Konsumen D'Ahsana	82
Lampiran 6 Formulir pembelian rumah	86
Lampiran 7 Brosur produk perumahan D'Ahsanan modern city	86
Lampiran 8 Dokumentasi wawancara dengan BOD D'Ahsana modern city	87
Lampiran 9 Dokumentasi wawancara dengan marketing D'Ahsana modern city	87
Lampiran 10 Dokumentasi wawancara dengan konsumen D'Ahsana modern city	88



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Gabungan* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi2i5CF6e2CAxXsZmwGHR9LB_cQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fbooks.google.co.id%2Fbooks%3Fid%3DRnA-DwAAQBAJ%26printsec%3Dfrontcover%26hl%3Did&usg=AOvVaw393YFXXhpk69gpiy2SsqEf&opi=89978449
- Abbas, F. (2020). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)*. 8(3), 244.
- Abul Hassan, A. C. dan S. A. L. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *J.KAU: Islamic Econ*, 21(1), 33.
- Ananda Fortunisa. (2012). *Category Membership: Suatu Pendekatan Analisa Positioning pada Food Convenience Retail di Jakarta*. 3(1), 322.
http://journal.bakrie.ac.id/index.php/journal_BMR/article/view/790
- Anim Purwanto. (2022). *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori dan Contoh Praktis* (M. Hidayat Miskadi & H. Bunyamin Yogi Setiawan, Eds.; 1st ed.). Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
[https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_DASAR_PENELITIAN_KUALITATIF_TEORI/V-18EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Anim%20Purwanto.%20\(2022\).%20Konsep%20Dasar%20Penelitian%20Kualitatif%3A%20Teori%20dan%20Contoh%20Praktis&pg=PA58&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_DASAR_PENELITIAN_KUALITATIF_TEORI/V-18EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Anim%20Purwanto.%20(2022).%20Konsep%20Dasar%20Penelitian%20Kualitatif%3A%20Teori%20dan%20Contoh%20Praktis&pg=PA58&printsec=frontcover)
- Anisya Dwi Septiani, R., & Wardana, D. (2022). Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca. *Jurnal Perseda*, 5(2), 132.
- Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.
- Bambang Sudaryana, H. R. R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/oKdGEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Dokumentasi%20adalah%20mengumpulkan%20data%20dengan%20cara%20mengumpulkan%20dokumen%20dari%20sumber%20yang%20terpercaya&pg=PA165&printsec=frontcover
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cet. 12). Alfabeta.

- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Afabeta.
- C. Djemabut Blaang. (2007). *Perumahan dan Pemukiman sebagai Kebutuhan Pokok*. Obor Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Perumahan_dan_pemukiman_sebagai_kebutuha/GPAuAAAAMAAJ?hl=id&gbpv=1&bsq=inauthor%3A%22C.%20Djemabut%20Blaang%22&dq=inauthor%3A%22C.%20Djemabut%20Blaang%22&printsec=frontcover
- Dwi Al Muddatstsir, U., Azkiya Safitri Su, F., Ridho Kismawadi IAIN Langsa, E., & Abdani, F. (2017). Implementasi Marketing Mix Tabungan Haji pada PT. Panin Bank Syariah, tbk Cabang Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 3.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2009a). *Perempuan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran*. Idea Press.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2009b). *Perempuan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran*. Idea Press.
- Hendri Sukotjo dan Sumanto. (2010). Analisa marketing mix-7P terhadap keputusan pembelian produk klinik kecantikan di surabaya. *Jurnal Mitra Ekonmi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 219–220.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Siela. (2006). *Syariah marketing* (3rd ed.). Mizan.
<https://books.google.co.id/books?id=zo9N4Z64TywC&lpg=PP1&hl=id&pg=PA27#v=snippet&q=bisnis%20islam&f=false>
- Ika Novi Indriyati, dkk. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Persepsi Konsumen Pt Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2).
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Shariah* (1st ed., Vol. 2). Kencana Pranada Media.
- Ismail Nawawi Uha. (2014). *Etika Bisnis Islam: Teori dan Pengantar Praktek dalam Kehidupan Bisnis Komoditas dan Jasa* (Cet. 1). CV. Dwiputra Pustaka Jaya.
- Iswi Hariyani, C. Y. S. & C. R. (2021). *Poperty Top Secret Buku Pintar Bisnis & Investasi Properti di Era Revolusi Industri 4.0* (A Ria Puji Utami, Ed.; 1st ed.). Andi Offset.
[https://www.google.co.id/books/edition/PROPERTY_TOP_SECRET/GQ0VEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Iswi%20Hariyani%2C%20\(2021\).%20Property%20Top%20Secret%20Buku%20Pintar%20Bisnis%20%26%20Investasi%20Properti%20di%20Era%20Revolusi%20Industri%204.0%20\(A%20Ria%20Puji%20Utami%2C%20Ed.\).%20Andi%20Offset.&pg=PA1&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PROPERTY_TOP_SECRET/GQ0VEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Iswi%20Hariyani%2C%20(2021).%20Property%20Top%20Secret%20Buku%20Pintar%20Bisnis%20%26%20Investasi%20Properti%20di%20Era%20Revolusi%20Industri%204.0%20(A%20Ria%20Puji%20Utami%2C%20Ed.).%20Andi%20Offset.&pg=PA1&printsec=frontcover)

- Kasmir dan Jakfar. (2015). *Study Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*. Kencana Prenanda Media.
<https://books.google.co.id/books?id=oQRBDwAAQBAJ&lpg=PR4&hl=id&pg=P1#v=onepage&q&f=false>
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. (2002). *Menggagas bisnis islam* (1st ed.). Gema Insani.
https://books.google.co.id/books?id=Y_SiCYdkgDEC&lpg=PP1&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false
- Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani. (2017). *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer* (Cet. 1). Rajawali Pers.
- Patah Abdul Syukur dan Fahmi Syahbudin. (2017). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 82.
<https://doi.org/10.46899/jeps.v5i1.167>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Priangani, A. (2013a). Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 2.
- Priangani, A. (2013b). Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektifitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomart. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Rambat Lupiyodi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Randolph E Bucklin, S. G. S. H. (1995). A brand's eye view of response segmentation in consumer brand choice behavior. *Journal of Marketing Research*, 32(1), 66–74.
<https://doi.org/10.1177/002224379503200108>
- Reno (Syafuruddin) Sann. (2020). *Milenial (Gak) Bisa Punya Rumah* (Hani Wijayanti, Ed.). CV Jejak.
[https://www.google.co.id/books/edition/Milenial_gak_bisa_punya_rumah/rn-DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Milenial%20\(Gak\)%20Bisa%20Punya%20Rumah&pg=PP1&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Milenial_gak_bisa_punya_rumah/rn-DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Milenial%20(Gak)%20Bisa%20Punya%20Rumah&pg=PP1&printsec=frontcover)
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). The Influences of Promotion Mix and Service Quality on Grabfood Purchasing Decision (Study of Grabfood Service Users in The City of Manado During the Covid-19 Pandemic). In *1482 Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).

- Rhenald Kasali. (2007). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting dan positioning* (Priyo Utomo, Ed.). Gramedia Pustaka Utama.
https://www.google.co.id/books/edition/Membidik_pasar_Indonesia/3UJ4c_dskHEC?hl=en&gbpv=1&dq=Membidik%20pasar%20Indonesia%E2%80%AF%3A%20segmentasi%2C%20targeting%20dan%20positioning&pg=PP1&printsec=frontcover
- samiaji sarosa. (2021). *analisis data penelitian kualitatif* (Flora Maharani, Ed.). Kanisius.
<https://books.google.co.id/books?id=YY9LEAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=P1#v=onepage&q&f=false>
- Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.; 1st ed.). Literasi Media Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=P1#v=onepage&q&f=false>
- Siti Fadjarajani dkk. (2020). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (Abdul Rahmat, Ed.). Ideas Publisng.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Pendekatan_Multi/MoI5EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=observasi&pg=PR5&printsec=frontcover
- Sofjan Assauri. (2010). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Uun Dwi Al Muddatstsir, F. A. S. S. E. R. K. dan F. A. (2017). Implementasi Marketing Mix Tabungan Haji pada PT. Panin Bank Syariah Tbk Cabang Malang. *J-EBIS Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 9.
- Veithzal Riva'i. (2012). *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wickham, M. (2009). *Thana-Marketing Strategy: Exploring The BPS that Dare not Speak their Name*.
- Zainuddin Ali. (2008). *Hukum Ekonomi Syariah* (1st ed.). Sinar Grafika .