DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TRANSLITERASI xii

BAB PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 11
C. Rumusan Masalah 12
D. Tujuan Penelitian 12
E. Kegunaan Hasil Penelitian 12
F. Kajian Pustaka 13
G. Definisi Operasional 22
H. Metode Penelitian 24
I. Sistematika Pembahasan 29

BAB II KERANGKA TEORITIS 32

A. Pengertian Pemasaran 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Strategi Pemasaran 34
C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 38
D. Pangsa Pasar (*Market Share*) 44
E. Properti Syariah..... 46

BAB III DATA PENELITIAN 47

A. Profil D'Ahsana Property..... 47
B. Visi Misi dan Tujuan D'Ahsana Property..... 48
C. Tata Nilai Perusahaan 49
D. Struktur Organisasi D'Ahsana Property..... 51
E. Market Share Perusahaan..... 55
F. Strategi Pemasaran D'Ahsana Property..... 56

BAB IV ANALISIS DATA..... 62

A. Strategi Pemasaran Perumahan Syariah di D'Ahsana Property Pusat Malang..... 63
B. Strategi Pemasaran Perumahan Syariah di D'Ahsana Property Pusat Malang Ditinjau Dari Segi Marketing Mix 64

BAB V PENUTUP..... 75
A. Kesimpulan 75
B. Saran..... 75

DAFTAR PUSTAKA 76

LAMPIRAN.....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id