



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan masalah .....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
E. Model Penelitan .....	9
F. Hipotesis .....	9
G. Metode penelitian .....	11
H. Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat PT.Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru .....	22
B. Visi dan misi .....	24
C. Produk Tabungan Emas Pada PT.Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru .....	24
D. Struktur Organisasi PT.Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru .....	27
<b>BAB III LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Pengertian Efektivitas .....	30
B. Pemasaran .....	31
1. Pengertian Pemasaran .....	31
2. Konsep Pemasaran .....	32
3. Bauran Pemasaran .....	34

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Pengaruh produk, harga, tempat dan promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah .....	39
5. Karakteristik Yang Mempengaruhi Konsumen .....	52
C. Konsep Pemasaran Syariah .....	56

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Efektivitas Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah .....	58
1. Karakteristik Responden .....	58
2. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .	61
3. Analisa Data Penelitian .....	82
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Produk Tabungan Emas .....	93

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	101

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**