

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	8
A. Kajian Teori	8
1. Efektivitas.....	8
2. Promosi.....	15
3. Pemasaran Syariah.....	18
4. Gadai.....	25
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Metode Penelitian	36
B. Sumber Data	37
C. Teknik Pengumpulan Data.....	37
D. Instrumen Penelitian	39
E. Teknik Analisis Data	41
F. Uji Kredibilitas.....	43
G. Tempat dan waktu penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1. Profil PT Pegadaian – Unit Pegadaian Syariah Ciamis	46
2. Visi dan Misi.....	47
3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Ciamis	47
4. Dasar Hukum dan Prinsip Operasional Syariah	48
5. Produk dan Layanan Pegadaian Syariah Ciamis	48

B.	Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan	52
1.	Profil Responden.....	52
2.	Deskripsi Pelaksanaan Promosi Produk di Pegadaian Syariah Ciamis.....	52
a.	Promosi Melalui Interaksi Langsung (<i>Personal Selling</i>).....	52
b.	Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi	53
c.	Pemanfaatan Brosur dan Media Cetak	54
d.	Penekanan pada Nilai Syariah dan <i>Positioning</i> Produk	55
e.	Program Diskon dan Promosi Penjualan	56
f.	Sosialisasi dan Literasi Keuangan	56
2.	Analisis Efektivitas Promosi Produk di Pegadaian Syariah Ciamis	58
a.	<i>Attention</i> (Perhatian).....	59
b.	<i>Interest</i> (Minat).....	65
c.	<i>Desire</i> (Keinginan)	71
d.	<i>Action</i> (Tindakan)	77
BAB V PENUTUP		87
A.	Simpulan	87
B.	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil kuesioner survey awal mengenai pemahaman nasabah terhadap produk pegadaian syariah.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nasabah Pegadaian Syariah Ciamis Tahun 2025.....	4
Tabel 2. 1 Rangkuman pencapaian Efektivitas Promosi produk Pegadaian	31
Tabel 3. 1 Tabel Interpretasi Nilai Efektifitas	42
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian	44
Tabel 4. 1 Profil Responden	52
Tabel 4. 2 Menyadari Keberadaan Produk Melalui Penjelasan Petugas	59
Tabel 4. 3 Informasi Melalui Sosial Media.....	61
Tabel 4. 4 Rekomendasi Teman/Kerabat.....	62
Tabel 4. 5 Tertarik Mempelajari Produk Syariah.....	66
Tabel 4. 6 Berminat Mencari Tahu Lebih Lanjut	67
Tabel 4. 7 Membaca Brosur/Bertanya.....	69
Tabel 4. 8 Produk Sebagai Solusi Keuangan	72
Tabel 4. 9 Ingin Menggunakan Karena Sistem Syariah	73
Tabel 4. 10 Ingin Beralih dari Layanan Konvensional	75
Tabel 4. 11 Melakukan Transaksi Karena Terpengaruh Promosi.....	77
Tabel 4. 12 Menyiapkan Dokumen	79
Tabel 4. 13 Bersedia Merekomendasikan	80
Tabel 4. 14 Rangkuman pencapaian Efektivitas Promosi produk Pegadaian Syariah Ciamis	82