

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, tiada kata yang pantas dan patut peneliti ungkapkan selain rasa syukur ke hadirat Allah SWT “Sang Maha Cahaya” yang telah melimpahkan kasih-sayang-Nya yang tiada batas, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis dalam bentuk skripsi ini.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad *Shaallahu ‘Alaihi WaSallam* yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benerang yakni Iman dan Islam.

Ucapan terimakasih saya haturkan kepada:

1. Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo yakni, KH. Moh Zuhri Zaini BA, yang mana beliau telah memberi kesempatan kepada penulis untuk memperdalam ilmu agama di Pondok Pesantren Nurul Jadid.
2. Rektor Universitas Nurul Jadid yakni KH. Abd. Hamid Wahid, M. Ag. Yang telah memangku kami untuk beraktivitas di Universitas Nurul Jadid.
3. Dr. H. Ahmad Fawaid, M.Th.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo
4. Bapak Achmad Febrianto M,E.Selaku Ketua Program Studi Yang telah memberi kami arahan di Fakultas Agama Islam Khususnya dalam Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Musholli, MA. dan Bapak Sofian Saiful Rizal, M.H selaku pembimbing dalam penulisan Skripsi ini.

6. Dalam harapan kami, semoga Skripsi yang kami susun dapat memberikan manfaat dan referensi bagi teman-teman serta dalam skripsi ini, jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan pembaca demi kesempurnaan karya ilmiah yang akan datang, Atas perhatian semua pihak disampaikan terimakasih.

Paiton ,15 Januari 2023

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	8
BAB II KAJIAN PUSTKA	
A. Pengertian Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengertian Pemasaran	14
3. Pengertian Strategi Pemasaran	21
B. Pengertian Volume Penjualan	29
C. Pengertian Perumahan dalam Perspektif Islam	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Tahapan-tahapan Penelitian	37

C. Sumber Data.....	38
D. Lokasi Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Analisis Data	41
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Paparan data	45
1. Sejarah Singkat Perumahan Bahari Residen	45
2. Letak dan Kondisi Geografis.....	45
3. Struktur Organisasi Perumahan Bahari Residence	46
4. Job Description.....	47
5. Visi dan misi Perumahan Bahari residen.....	52
B. Hasil Penelitian	53
1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perumahan Bahari Residence Desa Sumberanyar Kecamatan Paiton kabupaten Probolinggo.....	53
C. PEMBAHASAN.....	61
1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan perumahan	61
2. Kelebihan dan kekurangan Dalam Pelaksanaan Strategi Penjualan	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73