

Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teoritik	11
1. Tinjauan Strategi Pemasaran.....	11
a. Pengertian Pemasaran.....	11
b. Tujuan Pemasaran	12
c. Ruang Lingkup Pemasaran	12
d. Konsep Pemasaran dalam Islam	15
e. Prinsip Pemasaran	18

f. Etika Pemasaran Syariah	19
2. Tinjauan Keunggulan Kompetitif.....	21
a. Ciri-ciri Keunggulan Kompetitif.....	21
b. Karakteristik Keunggulan Kompetitif	22
c. Syarat-Syarat Menciptakan Keunggulan Kompetitif	23
3. Tinjauan Produk Pembiayaan	24
a. Macam macam Produk Pembiayaan	24
B. Kajian Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian.....	34
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
2. Kehadiran Peneliti.....	36
3. Lokasi Penelitian	36
4. Sumber Data	36
5. Prosedur Pengumpulan Data	38
6. Analisis Data.....	43
7. Pengecekan Keabsahan Data.....	43
8. Tahap-Tahap Penelitian	46
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Paparan Data	49
1. Profil Unit Usaha Syariah Bank JatimKCP Sampang	49
2. Deskripsi Data.....	67
B. Temuan Penelitian.. x	77
C. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	96

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103
RIWAYAT HIDUP.....	115