

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Strategi Pemasaran	11
B. Bauran Pemasaran	20
C. Tujuan Pemasaran	23
D. Pemasaran Syariah	24
E. Bauran Pemasaran Syariah	25

	F. Karakteristik Pemasaran Syariah	32
	G. Nilai-nilai Pemasaran Syariah	36
	H. Pengertian Produk	40
	I. Pengertian Tabungan.....	41
	J. Kajian Penelitian Terdahulu	42
BAB	III METODE PENELITIAN	46
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
	B. Kehadiran Penelitian	47
	C. Lokasi Penelitian	47
	D. Sumber Data	47
	E. Prosedur Pengumpulan Data	48
	F. Analisis Data	53
	G. Pengecekan Keabsahan Data	54
	H. Tahapan Penelitian	55
BAB	IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN	
	PEMBAHASAN	58
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
	B. Paparan Data	69
	C. Temuan Penelitian	76
	D. Pembahasan	84
BAB	V PENUTUP	100
	A. Kesimpulan	100
	B. Saran	103

DAFTAR RUJUKAN	104
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	107
LAMPIRAN	108
RIWAYAT HIDUP	121