

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Definisi Istilah	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Manajemen Pemasaran	14
B. Strategi Pemasaran.....	17
C. Segmentasi Pasar	20
D. Penentuan Pasar Sasaran	30
E. Penentuan Posisi Pasar	36

	F. Tabungan	41
	G. BMT	43
	H. Kajian Penelitian Terdahulu	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	51
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	51
	B. Kehadiran Peneliti	52
	C. Lokasi Penelitian	52
	D. Sumber Data	53
	E. Prosedur Pengumpulan Data.....	54
	F. Analisis Data.....	57
	G. Pengecekan Keabsahan Data	58
	H. Tahap-tahap Penelitian	60
BAB IV	PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
	A. Gambaran Objek Penelitian	62
	B. Paparan Data	74
	C. Temuan Penelitian	89
	D. Pembahasan	91
BAB V	PENUTUP.....	106
	A. Kesimpulan	106
	B. Saran	109
	DAFTAR RUJUKAN	110
	PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	