

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Pengertian Strategi <i>Marketing</i>	10
B. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	15
C. Konsep <i>Marketing</i>	27
D. Efektivitas STP (<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>).....	29

E. Produk Tabungan <i>Mudharabah</i>	32
F. Kajian Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Kehadiran Peneliti	44
C. Lokasi Penelitian	44
D. Sumber Data	44
E. Prosedur Pengumpulan Data	45
F. Analisis Data	49
G. Pengecekan Keabsahan Data	52
H. Tahap –Tahap Penelitian	54
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Objek Penelitian.....	57
B. Paparan Data.....	64
C. Temuan Penelitian	73
D. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	94
SURAT TUGAS PEMBIMBING.....	99

SURAT IJIN PENELITIAN	100
SURAT BUKTI SUDAH MENELITI	101
SURAT KETERANGAN PLAGIARISM.....	102
KARTU BIMBINGAN.....	103
RIWAYAT HIDUP.....	110