

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Definisi Istilah	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Pengertian Marketing.....	14
B. Fungsi Marketing.....	16
C. Konsep Pemasaran.....	19
D. Bauran Pemasaran 4P	20
E. Pengertian Marketing Syariah	22
F. Karakteristik Marketing Syariah.....	24

G. Pengertian Perilaku Konsumen.....	26
H. Proses Pembentukan Konsumen.....	27
I. Pengertian Efektivitas.....	29
J. Ukuran Efektivitas.....	30
K. Pengertian Minat.....	33
L. Pengertian Minat Menabung.....	35
M. Pengertian Produk.....	35
N. Produk Tabah.....	37
O. Kajian Penelitian Terdahulu.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Kehadiran Peneliti.....	44
C. Lokasi Penelitian.....	45
D. Sumber Data.....	46
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	47
F. Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
H. Tahapan Penelitian.....	53

BAB IVPAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis.....	54
2. Visi dan Misi.....	57
3. Budaya Kerja.....	58
4. Prinsip Kerja.....	58

5. Badan Hukum KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis	58
6. SOP Devisi (<i>Job Description</i>) di KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis	59
7. Produk Tabungan	65
8. Produk Pembiayaan	67
9. Produk Jasa	69
B. Paparan Data	70
C. Temuan Penelitian	86
D. Pembahasan	88
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	106
DAFTAR RUJUKAN	108
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113
RIWAYAT HIDUP	132