

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian | 7 |
| E. Definisi Istilah | 8 |
| F. Kajian Penelitian Terdahulu. | 10 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 16 |
| A. Pengertian Pemasaran | 16 |
| B. Pengertian Promosi | 19 |
| C. Pengertian Strategi Promosi | 25 |
| D. Efektivitas Strategi Promosi..... | 41 |
| E. Produk Modal Usaha Barokah..... | 45 |

| | |
|---|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 47 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 47 |
| B. Kehadiran Peneliti | 48 |
| C. Lokasi Penelitian | 49 |
| D. SumberData..... | 49 |
| E. Prosedur Pengumpulan Data | 52 |
| F. Analisis Data..... | 56 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data | 57 |
| H. Tahapan Penelitian | 59 |
| BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN..... | 62 |
| A. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan..... | 62 |
| B. Paparan Data | 67 |
| C. Temuan Penelitian..... | 82 |
| D. Pembahasan..... | 86 |
| BAB V PENUTUP | 108 |
| A. Kesimpulan | 108 |
| B. Saran | 110 |
| DAFTAR RUJUKAN..... | 112 |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | 116 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 117 |
| RIWAYAT HIDUP | 129 |

