

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
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. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah	10
F. Kajian Terdahulu.....	12
BAB II Kajian Pustaka	21
A. Pengertian Pemasaran	21
B. Tujuan Pemasaran	26

C. Tujuan dan Strategi Pemasaran	27
D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	29
E. Pemasaran Syariah	33
F. Produk Tabungan Haji	36
BAB III Metode Penelitian	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Kehadiran Peneliti	42
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Sumber Data.....	43
E. Prosedur Pengumpulan Data	45
F. Analisis Data	47
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48
H. Tahap Penelitian.....	49
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk	52
B. Paparan Data	60
C. Temuan Penelitian.....	64
D. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
Daftar Rujukan.....	81
Pernyataan Keaslian Tulisan	84

Lampiran-Lampiran	86
Riwayat Hidup	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Peneliti Terdahulu	13
---	----

DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Guluk-Guluk	62
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	85
Lampiran 2 Pedoman Observasi	87
Lampiran 3 Pedoman Dokumentasi	88
Lampiran 4 Surat Tugas Pembimbing.....	89
Lampiran 5 Kartu Kegiatan Bimbingan.....	90
Lampiran 6 Surat izin penelitian	91
Lampiran 7 Surat Keterangan Melakukan Penelitian	92
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiarisasi.....	93
Lampiran 4 Brosur Produk Pembiayaan Modal Usaha Barokah	94