

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Kajian Terdahulu.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	18
A. Manajemen Pemasaran .....	18
B. Manajemen Pemasaran Islam .....	20
C. <i>Direct Marketing</i> .....	22

1. Komponen Utama <i>Direct Marketing</i> .....	24
2. Kelebihan <i>Direct Marketing</i> .....	27
3. Manfaat <i>Direct Marketing</i> .....	28
4. Karakteristik <i>Direct Marketing</i> .....	28
5. Bentuk-Bentuk <i>Direct Marketing</i> .....	32
D. Deposito <i>Mudharabah</i> .....	38
1. Landasan Hukum Deposito <i>Mudharabah</i> .....	39
2. Manfaat Deposito <i>Mudharabah</i> .....	41
3. Jenis Deposito Berjangka.....	41
4. Mekanisme Deposito Berjangka.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	45
B. Kehadiran Peneliti .....	45
C. Lokasi Penelitian .....	46
D. Sumber Data .....	47
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	48
F. Analisis Data .....	52
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	54
H. Tahap-tahap Penelitian.....	56
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>56</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B. Paparan Data .....	75

C. Temuan Penelitian .....	88
D. Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	106
DAFTAR RUJUKAN .....	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	111