

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 LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Definisi Istilah.....	12
F. Penelitian Terdahulu	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	17
A. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran	17
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Kehadiran Peneliti.....	29

C. Lokasi Penelitian.....	30
D. Sumber Data.....	30
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
F. Analisis Data.....	34
G. Pengecekan Keabsahan Data	36
H. Tahap-Tahap Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Profil BMT NU Camplong	43
B. Paparan Data	50
C. Temuan Penelitian	75
D. Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115