

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
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Kajian Terdahulu	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi Pemasaran	13
B. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)</i>	18
C. <i>Syariah Marketing</i>	28
D. Analisis SWOT	32
E. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	43
B. Kehadiran Peneliti	44
C. Lokasi Penelitian	45
D. Sumber Data	45
E. Prosdedur Pengumpulan Data.....	46
F. Analisis Data.....	49
G. Pengecekan Keabsahan Data	51
H. Tahap-Tahap Penelitan	53

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Paparan Data Dan Temuan Penelitian	56
C. Pembahasan	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA.....	79
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
3.1 Informan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
4.1 Struktur organisasi.....	57