

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Kajian Penelitian terdahulu	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
A. Strategi Pemasaran.....	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2. Tujuan Strategi pemasaran.....	15

3. Perencanaan strategi pemasaran.....	16
4. Strategi STP (<i>segmenting, targeting, posiotoning</i>).....	17
5. Bauran Pemasaran.....	27
6. Efektivitas strategi pemasaran.....	29
B. Baitul Maal Wat Tamwil.....	30
1. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil.....	30
2. Pengertian Tabungan.....	31
3. Pengertian Mudharabah.....	32
4. Rukun dan Syarat Mudharabah.....	32
5. Jenis-jenis Mudharabah.....	33
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 34
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	34
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian	35
D. SumberData	36
E. Posedur Pengumpulan Data.....	37
F. Analisis Data	40
G. Pengecekan Keabsahan Data	42
H. Tahap-tahap Penelitian.....	44
 BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN	
PEMBAHASAN	45
A. Profil KSPPS BMT NU Cabang Galis.....	45
B. Paparan Data	58

C. Temuan Penelitian.....	66
D. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85
RIWAYAT HIDUP	96