

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah.....	9
F. Kajian Terdahulu.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Konsep Strategi Pemasaran.....	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2. Segmentasi, Targetting, dan Positioning.....	14
3. Bauran Pemasaran.....	15
B. Pembiayaan	18
1. Pengertian Pembiayaan	18
2. Jenis-Jenis Pembiayaan.....	19
3. Pembiayaan dengan Akad Pelengkap	22
4. Tujuan Pembiayaan.....	22
C. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)	23
1. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)	23
2. Tujuan dan Fungsi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)	25
3. Prinsip Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).....	26

D. Efektivitas	27
1. Definisi Efektivitas.....	27
2. Indikator Efektivitas.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Peneliti.....	32
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Sumber Data	32
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data.....	36
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
H. Tahap-Tahap Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
.....	
A. Paparan Data	41
B. Temuan Penelitian.....	62
C. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	89