

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	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 TEORI	18
A. Kajian Tentang Strategi Pemasaran	18
1. Pengertian Strategi Pemasaran	18
2. Macam-Macam Strategi Pemasaran	21
3. Bentuk-bentuk Strategi Pemasaran	22
4. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	24
B. Kajian Tentang Segmenting	26
1. Pengertian <i>Segmenting</i>	26
2. Jenis-jenis <i>Segmentasi</i>	28
3. Proses Segmentasi Pasar	30
4. Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar.....	31
C. Kajian Tentang Targeting	32
1. Pengertian <i>Targeting</i>	32
2. Manfaat <i>Targeting</i>	34

3. Strategi Target pasar.....	35
4. Kriteria Memilih Target Pasar.....	36
D. Kajian Tentang Positioning.....	37
1. Pengertian <i>Positioning</i>	37
2. Strategi <i>Positioning</i>	40
3. Tahap <i>Positioning</i> dalam Peemasaran dan Penerapannya..	41
E. Kajian Tentang Pembiayaan	42
1. Pengertian pembiayaan	42
2. Jenis-jenis pembiayaan	44
F. Kajian Tentang LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah)	44
1. Pengertian LASISMA	44
2. Akad <i>Qordul Hasan</i>	45
G. Kajian Tentang Anggota	47
1. Pengertian Anggota.....	47
2. Kewajiban Dan Hak Anggota Koperasi	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Kehadiran Peneliti.....	51
C. Lokasi Penelitian.....	51
D. Sumber Data.....	52
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	53
F. Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	57
H. Tahap-tahap Penelitian.....	60
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	62
A. Paparan Data	62
1. Gambaran Umum dan Profil BMT UGT Nusantara Cabang Kadur	62
2. Implementasi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Pada Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kadur.....	65
B. Temuan Penelitian.....	80

1. Implementasi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Pada Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kadur	80
C. Pembahasan	82
1. Implementasi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Pada Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kadur	82
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR RUJUKAN	88
LAMPIRAN- LAMPIRAN	93
RIWAYAT HIDUP	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Peneliti Terdahulu	14
Tabel 3.1 Data Informan	55

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1</i> : Surat Keterangan Bebas Plagiasi	93
<i>Lampiran 2</i> : Lembar Persetujuan Judul dan Dosen Pembimbing.....	94
<i>Lampiran 3</i> : Surat Tugas Penyusunan Skripsi.....	95
<i>Lampiran 4</i> : Surat Permohonan Izin Penelitian	96
<i>Lampiran 5</i> : Surat Izin Penelitian Dari KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kadur	97
<i>Lampiran 6</i> : Pedoman Wawancara	98
<i>Lampiran 7</i> : Pedoman Observasi	99
<i>Lampiran 8</i> : Pedoman Dokumentasi.....	100
<i>Lampiran 9</i> : Kartu Kegiatan Bimbingan Proposal dan Skripsi	101
<i>Lampiran 10</i> : Hasil Wawancara	102
<i>Lampiran 11</i> : Hasil Dokumentasi	108