

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 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| E. Definisi Istilah | 9 |
| F. Kajian Penelitian Terdahulu | 10 |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 16 |
| A. Manajemen Pemasaran | 16 |
| B. <i>Marketing Mix</i> | 17 |
| C. Analisis SWOT..... | 23 |
| D. Mekanisme | 25 |

| | |
|---|-----------|
| E. Tabungan Mudharabah | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 31 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 31 |
| B. Kehadiran Peneliti | 32 |
| C. Lokasi Penelitian | 32 |
| D. Sumber Data | 33 |
| E. Prosedur Pengumpulan Data | 34 |
| F. Analisis Data | 37 |
| G. Pegecekan Keabsahan Data..... | 39 |
| H. Tahap-Tahap Penelitian..... | 40 |
| BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN | 44 |
| A. Gambaran Umum BMT Nuansa Umat Cabang Kadur Pamekasan..... | 44 |
| B. Paparan Data..... | 54 |
| C. Temuan Penelitian | 67 |
| D. Pembahasan | 70 |
| BAB V PENUTUP..... | 78 |
| A. Kesimpulan..... | 78 |
| B. Saran | 79 |
| DAFTAR RUJUKAN | 80 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 83 |