

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Definisi Istilah.....	12
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pemasaran	21
B. Strategi Pemasaran	25
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Kehadiran Peneliti	34

C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Subjek Penelitian.....	34
E. Sumber Data.....	35
F. Prosedur Pengumpulan Data	36
G. Analisis Data	40
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	42
I. Tahap-tahap Penelitian.....	45

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data	48
1. Gambaran Umum dan Profil BMT UGT Nusantara Cabang Pakong ..	48
2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong	50
3. Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah Di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong ..	74
B. Temuan Penelitian.....	84
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong	84
2. Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah Di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong ..	85
C. Pembahasan.....	86
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong	86
2. Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Strategi Pemasaran Produk	

Tabungan Umum Syariah Di BMT UGT Nusantara Cabang Pakong.. 90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR RUJUKAN.....	98
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103
RIWAYAT HIDUP	143