

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
1. Implementasi	8
2. Integrated Marketing Communication (IMC)	8
3. Tabungan Mudharabah (TABAH)	8
F. Kajian Terdahulu.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Pengertian Pemasaran	13
B. Komunikasi Pemasaran.....	14
C. Integrated Marketing Communication (IMC).....	19
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	30
B. Kehadiran Peneliti.....	31
C. Lokasi Penelitian.....	32

D. Sumber Data.....	32
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data.....	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Tahap-Tahap Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Paparan Data	50
C. Temuan Penelitian.....	60
D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74
RIWAYAT HIDUP	89