

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.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Pengertian Strategi Pemasaran (<i>marketing mix syariah</i>)	14
B. Pemasaran Dalam Islam	20
C. Akad Wadiah.....	23
D. Baitul Maal Wattamwil (BMT).....	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
B. Kehadiran Peneliti	28
C. Lokasi Penelitian	29
D. Sumber Data.....	29
E. Prosedur Pengumpulan Data	30
F. Analisis Data	33
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	34
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	36
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN,DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Profil BMTNU Jawa Timur Cabang Proppo	38
B. Paparan Data	51
C. Temuan Penelitian.....	63
D. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	79
LAMPIRAN.....	80
RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Daftar Jumlah Anggota Tabungan SAJADAH.....	4
Table 3.1 Nama-nama Informan dalam Penelitian	24
Tabel 4.1 Struktur Pengelola KSPP. Sayriah BMT NU Cab. Proppo	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Brosur Tabungan SAJADAH.....	37
Gambar 4.2 Pemberian hadiah pada anggota SAJADAH.....	38
Gambar 4.3 Kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Pedoman Wawancara & Pedoman Observasi
3. Hasil Penelitian
4. Surat Tugas Pembimbing
5. Kartu Bimbingan
6. Surat Izin Penelitian
7. Surat Pengantar Penelitian
8. Surat Keterangan Telah Meneliti
9. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
10. Dokumentasi Penelitian