

Daftar Isi

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Abstrak	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Penegasan istilah	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Grand Teori	14
----------------------	----

1. Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran.....	16
3. Produk Tabungan	29
4. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)	35
5. Nasabah	48
B. Penelitian Terdahulu	51

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	56
B. Jenis Penelitian.....	57
C. Lokasi Penelitian.....	58
D. Kehadiran Peneliti.....	59
E. Data dan Sumber Data	60
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Teknik Analisis Data.....	65
H. Pengecekan Keabsahan Temuan	66
I. Tahap Penelitian.....	68

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga.....	70
1. Sejarah BMT Dinar Amanu	70
2. Visi dan Misi BMT Dinar Amanu	71
3. Struktur Organisasi	71
4. Letak Geografis.....	72
5. Kondisi Fisik.....	73

6. Produk BMT Dinar Amanu.....	73
B. Temuan Penelitian.....	75
1. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Tabungan pada BMT Dinar Amanu	70
2. Kendala yang di Hadapi BMT Dinar Amanu dalam Menerapkan Bauran Pemasaran, dan Solusi yang Diberikan untuk Menghadapi Kendala tersebut.....	86
3. Dampak Penerapan Bauran Pemasaran bagi BMT	89

BAB V : PEMBAHASAN

A. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Tabungan pada BMT Dinar Amanu.....	92
B. Kendala yang di Hadapi BMT Dinar Amanu dalam Menerapkan Bauran Pemasaran Produk Tabungan dan Solusi yang Diberikan untuk Menghadapi Kendala Tersebut	104
C. Dampak Penerapan Bauran Pemasaran Bagi BMT	105

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN