

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Grafik	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	9

G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
---------------------------------------	----

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Teori Manajemen Pemasaran	12
B. Konsep Strategi	13
C. Segmentasi Pasar	19
D. <i>Targetting</i>	25
E. <i>Positioning</i>	29
F. Tinjauan Keunggulan Bersaing	32
G. Penelitian Terdahulu.....	36
H. Kerangka Konseptual	43

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Kehadiran Peneliti	46
D. Data dan Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data	51
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	52

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian.....	55
---------------------------------	----

B. Temuan Data	65
C. Analisis Data	99

BAB V : PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pembiayaan di Kopsyah BMT Sahara Kauman dan BTM An-Nuur Karangrejo.....	111
B. Dampak Penerapan Strategi Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pembiayaan di Kopsyah BMT Sahara Kauman dan BTM An-Nuur	117
C. Kendala dan upaya yang dihadapi BMT Sahara Kauman dan BTM An-Nuur Karangrejo dalam menerapkan Strategi Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pembiayaan	118

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	122
B. Saran	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN