

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Batasan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	12
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

A. Teori Strategi Pemasaran.....	18
----------------------------------	----

B. Teori Promotion Mix .....	22
C. Teori Baitul Maal Wat Tamwil .....	29
D. Teori Dampak .....	32
E. Teori Kendala ( <i>Theory of Constraint</i> ).....	33
F. Penelitian Terdahulu.....	34
G. Konsep Kerangka Berfikir.....	39

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	42
C. Kehadiran Peneliti .....	42
D. Data dan Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisis Data .....	45
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	47
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	48

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Data .....	50
B. Paparan Data.....	66
C. Analisis Data .....	94

### **BAB V: PEMBAHASAN**

A. Penerapan Strategi Promotion Mix dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek.....	103
B. Dampak Penerapan Strategi Promotion Mix dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek.....	111
C. Kendala dan Solusi dalam Penerapan Strategi Promotion Mix dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek.....	112

## **BAB VI: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	114
B. Saran .....	115

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**