

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	17
1. Pengertian Strategi.....	18
2. Pengertian Pemasaran.....	21
3. Faktor-faktor Strategi Pemasaran	24
4. Bauran Pemasaran	26
5. Jenis Strategi Pemasaran	34
6. Konsep-konsep Pemasaran.....	35
7. Tujuan dan Proses Pemasaran	36
B. Nasabah	37
1. Definisi Nasabah	37
C. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).....	38
1. Pengertian BMT	38
2. Visi dan Misi BMT	40
3. Fungsi BMT	40

4. Kegiatan Usaha BMT.....	41
D. Penelitian Terdahulu	44
E. Kerangka Konseptual.....	48

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi penelitian	51
C. Kehadiran Penelitian	52
D. Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisis Data	57
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	60
H. Tahap – Tahap Penelitian	61

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian	
1. Kopsyah BMT Sahara Tulungagung.....	64
2. BMT Istiqomah Tulungagung	71
3. Nasabah/anggota.....	79
B. Temuan Penelitian.....	80
C. Analisis Data	90

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah di Kopsyah BMT Sahara dan BMT Istiqomah Tulungagung..... 98
- B. Kendala Dan Solusi Yang Dihadapi Kopsyah BMT Sahara Dan BMT Istiqomah Tulungagung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabahnya..... 107

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 110
- B. Saran – Saran..... 111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN