

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.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Penegasan Istilah.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Pengertian dan Dasar Hukum Pemasaran	10

1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Tujuan Pemasaran	10
3. Landasan Hukum Pemasaran	11
B. Strategi Pemasaran.....	14
1. Definisi Strategi Pemasaran	14
2. Pemilihan, Penetapan, dan Memposisikan Pasar	14
3. Kendala-Kendala dalam Penerapan Strategi Pemasaran.....	15
C. Bauran Pemasaran.....	17
1. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	17
2. Konsep Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	17
D. Tabungan Wadiah	19
E. Loyalitas Nasabah.....	19
1. Pengertian Loyalitas Nasabah	19
2. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	20
F. Penelitian Terdahulu	21
G. Kerangka Berpikir.....	24

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Kehadiran Peneliti.....	27
D. Data dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	29
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	29
H. Tahap-Tahap Penelitian	31

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
1.	Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia.....	34
2.	Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.....	36
3.	Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk	36
4.	Produk – Produk PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk	41
B.	DATA.....	42
1.	Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk.....	42
2.	Kendala- Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk.....	56
C.	ANALISA	58
1.	Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk.....	58
2.	Kendala – Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyaliytas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid- 19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk.....	68

BAB V : PEMBAHASAN

A.	Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk	72
B.	Kendala – kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Wadiah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bank Muamalat KCP Nganjuk	76

BAB VI : PENUTUP

A. KESIMPULAN	79
B. SARAN	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN