

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
F. Penegasan Istilah	6
G. Sistematika Skripsi	8
BAB II.....	11
A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah	11
1.Pemasaran.....	9
2.Bauran Pemasaran.....	14
B. Baitul Maal Wa Tamwil.....	25

C. Kajian Penelitian Terdahlu	26
D. Kerangka Konseptual	28
E. Mapping Variabel, Dimensi Teori Dan indikator Bauran Pemasaran	29
F. Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	32
A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Populasi, sampling dan sample penelitian.....	34
1.Populasi	34
2.Sampling.....	34
3.Sampel	34
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya.....	35
1.Sumber Data.....	35
2.Variabel Penelitian.....	36
3.Skala Pengukuran.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data dan instrument Penelitian.....	37
1.Teknik Pengumpulan Data.....	37
2.Instrumen Penelitian	32
F. Teknik Analisis Data	39
1.Uji Instrumen Data.....	39
2.Uji Komparasi.....	40
G. Operasioanl Indikator Variabel	42
BAB IV	45
A. Profil Lembaga	45
1.Baitul Maal Wa Tanwil UGT NUSANTARA YOSOWILANGUN	45
2.Baitul Maal Wa Tanwil Syirka FK Lumajang	49
B. Karakteristik Responden	55
1. Jenis Kelamin Responden.....	56

2.Usia Responden	57
C. Analisis Data.....	58
1.Deskriptif Variabel Bauran Pemasaran	58
2.Uji Validitas	74
3.Uji Reliabilitas.....	78
BAB V	90
A. Analisis Perbandingan Tingkat Bauran pemasaran Antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah Pada dimensi Produk.....	90
B. Analisis Perbandingan Tingkat Bauran pemasaran Antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah Pada dimensi Price (Harga).....	91
C. Analisis Perbandingan Tingkat Bauran pemasaran Antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah Pada dimensi Place (Tempat).....	92
D. Analisis Perbandingan Tingkat Bauran pemasaran Antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah Pada dimensi Promotion (Promosi).....	93
BAB VI.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Angket.....	109
Lampiran 3 Uji Validitas BMT UGT NUSANTARA	115
Lampiran Daftar riwayat Hidup	120