

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract.....	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Penegasan Istilah.....	13
F. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis	20
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia	20
2. Pengertian <i>Marketing</i>	25
3. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	28
4. Pengertian <i>Marketing Communication</i>	32
5. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	36
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Konseptual.....	48

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
1. Pendekatan Penelitian	50
2. Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Kehadiran Peneliti.....	53
D. Data dan Sumber Data	54
1. Sumber Data Primer.....	54
2. Sumber Data Sekunder	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56

1. Observasi.....	57
2. Wawancara.....	58
3. Dokumentasi	59
F. Teknik Analisis Data.....	60
1. Reduksi Data	61
2. Penyajian Data	61
3. Menarik Kesimpulan / Verifikasi.....	62
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	62
H. Tahap-Tahap Penelitian	63
1. Tahap Perencanaan	63
2. Tahap Pelaksanaan	64
3. Tahap Penulisan Laporan / Tahap Penyelesaian.....	64

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	65
1. Perencanaan strategi relationship marketing dan marketing communication dalam upaya meningkatkan loyaslitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	65
2. Implementasi strategi relationship marketing dan marketing communication dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	70

3. Pengawasan strategi marketing dalam menjalankan strategi relationship marketing dan marketing communication dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	79
B. Temuan Penelitian	87

BAB V : PEMBAHASAN

A. Perencanaan strategi <i>relationship marketing</i> dan <i>marketing communication</i> dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	95
B. Implementasi strategi <i>relationship marketing</i> dan <i>marketing communication</i> dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	98
C. Pengawasan strategi <i>marketing</i> dalam menjalankan strategi <i>relationship marketing</i> dan <i>marketing communication</i> dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung	102

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan 105

B. Saran 108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN