

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8

D. Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. <i>Baitul Maal Wa Ta'wil</i> (BMT).....	14
B. Strategi	21
C. Loyalitas.....	29
D. <i>Relationship Marketing</i>	34
E. <i>Customer Value</i>	40
F. Penelitian Terdahulu	44

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian	54
C. Kehadiran Peneliti	55
D. Data dan Sumber Data.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Teknis Analisis Data	59
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	60
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	63

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Pemaparan Data.....	65
B. Temuan Penelitian.....	72
C. Analisis Data	96

BAB V : PEMBAHASAN100

A. Strategi <i>Relationship Marketing</i> pada BMT Muamalah dan BMT Istiqomah dalam Menciptakan Loyalitas Anggota.....	98
B. Strategi <i>Customer Value</i> pada BMT Muamalah dan BMT Istiqomah dalam Menciptakan Loyalitas Anggota.....	100
C. Kendala dan Solusi BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung dalam Penerapan Strategi <i>Relationship Marketing</i>	101
D. Kendala dan Solusi BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung dalam Penerapan Strategi <i>Customer Value</i>	104

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA.....109

LAMPIRAN - LAMPIRAN