

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Batasan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian .....	8
F. Penegasan Istilah .....	8
G. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Digital Marketing .....	12
1. Pengertian Digital Marketing .....	12

2. Fungsi Digital Marketing .....	13
3. Media Iklan Digital Marketing .....	18
4. Teknik Digital Marketing .....	24
5. Strategi Digital Marketing .....	27
B. Bank Syariah .....	33
1. Pengertian Bank Syariah .....	33
2. Landasan Hukum Kegiatan Usaha Bank Syariah .....	36
3. Akad dalam Operasional Perbankan Syariah .....	39
4. Pengawasan Bank Syariah .....	45
C. Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	47
D. Penelitian Terdahulu .....	52

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian .....	56
C. Kehadiran Penelitian .....	56
D. Data dan Sumber Data.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data .....	58
F. Teknik Analisis Data .....	59
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	62
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	62

### **BAB IV HASIL DAN PENELITIAN**

A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	64
B. Paparan Data .....	68

1. Penerapan <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	68
2. Respon dan Tanggapan Masyarakat Mengenai <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	73
C. Hasil Temuan .....	76
1. Penerapan <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	76
2. Respon dan Tanggapan Masyarakat Mengenai <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	78

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Penerapan <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	80
B. Respon dan Tanggapan Masyarakat Mengenai <i>Digital Marketing</i> sebagai Pertimbangan Masyarakat dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	83

## **BAB VI KESIMPULAN**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	86

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

**Tabel 3.1** Data Informan

**Tabel 4.1** Tabel Triangulasi

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1:** Pedoman Wawancara dan Observasi

**Lampiran 2:** Dokumentasi

**Lampiran 3:** Kartu Kendali Bimbingan Skripsi

**Lampiran 4:** Surat Keterangan Penelitian

**Lampiran 5:** Pernyataan Keaslian Tulisan

**Lampiran 6:** Daftar Riwayat Hidup