

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	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Batasan Masalah	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Penegasan Istilah	14
G. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II	: LANDASAN TEORI	
	A. Strategi Pemasaran	20
	B. Bauran Pemasaran	24
	C. Simpanan <i>Muḍarabah</i>	28
	D. Keunggulan Bersaing.....	33
	E. <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	37
	F. Penelitian Terdahulu.....	42
	G. Kerangka Berpikir Teoritis.....	55
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	56
	B. Lokasi Penelitian.....	57
	C. Kehadiran Peneliti	59
	D. Data dan Sumber Data.....	60
	E. Teknik pengumpulan Data.....	61
	F. Teknik Analisis Data	64
	G. Pengecekan Keabsahan Peneliti	67
	H. TahapTahap Penelitian	68
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan <i>Muḍarabah</i> dalam Meningkatkan daya Saing di BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung.....	71
	B. Kendala-Kendala yang Dihadapi BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagun dalam Menerapkan Strategi	

	Pemasaran produk Simpanan <i>Muḍarabah</i>	88
C.	Upaya yang Dilakukan BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung dalam Menghadapi Kendala Kendala Pemasaran Produk Simpanan <i>Muḍarabah</i>	94
BAB V	: PEMBAHASAN	
A.	Strategi Pemasaran Produk Simpanan <i>Muḍarabah</i> dalam Meningkatkan daya Saing di BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung.....	100
B.	Kendala-Kendala yang Dihadapi BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung dalam Menerapkan Strategi Pemasaran produk Simpanan <i>Muḍarabah</i>	110
C.	Upaya yang Dilakukan BMT Muamalah dan BMT Istiqomah Tulungagung dalam Menghadapi Kendala Kendala Pemasaran Produk Simpanan <i>Muḍarabah</i>	113
BAB VI	: PENUTUP	
A.	Kesimpulan.....	117
B.	Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN