

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 Lampiran	xiii
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistematika Penulisan	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah.....	16
B. Strategi	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Fungsi Startegi.....	18
3. Proses Manajemen Strategi	19
4. Perencanaan Strategi	19

C. Pemasaran	21
1. Pengertian Pemasaran	21
2. Konsep Pemasaran	22
3. Pengertian Strategi Pemasaran	25
4. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	26
5. Bauran Pemasaran	28
D. Pemasaran Jasa.....	32
1. Pengertian Jasa	32
2. Pengertian Pemasaran Jasa.....	34
3. Karakteristik Jasa	34
E. Pemasaran Islam	35
1. Pengertian Pemasaran Islam.....	35
2. Prinsip Pemasaran Syariah	36
3. Cara Kerja Pemasaran Islam	38
4. Etika Pemasaran Islam	39
5. Karakteristik Pemasaran Islam.....	41
6. Prinsip Pemasaran Syariah	45
7. Syariah Marketing Values	48
F. Produk Tabungan	50
1. Pengertian Produk	50
2. Pengertian Tabungan.....	51
3. Jenis-Jenis Produk Tabungan	52
G. Strategi meningkatkan Jumlah Nasabah	54
1. Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank dan Penabung	54
2. Strategi yang diterapkan pihak bank	54
H. Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri.....	56
1. Pengertian BSI Eks BSM	56
2. Produk BSI Eks BSM	56
I. Penelitian Terdahulu	59
J. Kerangka Konseptual.....	67

BAB III METODE PENELITIAN	68
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	68
B. Lokasi Penelitian.....	69
C. Kehadiran Peneliti.....	70
D. Data dan Sumber Data	71
E. Teknik Pengumpulan Data.....	71
F. Teknik Analisis Data.....	74
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	78
H. Tahap-Tahap Penelitian	79
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	82
A. Profil Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri.....	82
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri	82
2. Visi dan Misi	84
3. Produk Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri.....	85
4. Data Kelembagaan	88
5. Bidang Pengurusan.....	89
B. Paparan Data	90
1. Strategi Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri Kcp Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah	90
2. Dampak dari Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah	103
3. Kendala dan Solusi dalam Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah	106
C. Temuan Penelitian	112

BAB V PEMBAHASAN	117
A. Strategi Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah	117
B. Dampak Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah	121
C. Kendala dan Solusi Pemasaran Islam pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia Eks Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	123
 BAB VI PENUTUP	 125
A. Kesimpulan	125
B. Saran	126
 DAFTAR PUSTAKA	 128
LAMPIRAN.....	132