

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	17
1. Pengertian Strategi Pemasaran	17
2. Tujuan Strategi Pemasaran.....	22

3. Konsep Strategi Pemasaran Jasa	23
4. Bauran Pemasaran	25
5. Segmentasi, Targeting, dan Positioning	35
B. Baitul Maal Wat Tamwil	40
1. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil	40
2. Sejarah dan Perkembangan BMT di Indonesia	42
3. Konsep BMT Menurut Al-Quran	44
4. Landasan Hukum BMT	47
5. Asas dan Prinsip Dasar BMT	46
C. Minat Nasabah	47
1. Pengertian Minat	47
2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Timbulnya Minat	49
3. Macam-Macam Minat	53
D. Simpanan	55
1. Pengertian Simpanan (Al-Wadiah)	55
2. Dasar Hukum	56
E. Penelitian Terdahulu	59
F. Kerangka Konseptual	66

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	68
1. Pendekatan Penelitian	68
2. Jenis Penelitian	68
B. Lokasi Penelitian	69
C. Kehadiran Peneliti	69
D. Data dan Sumber Data	70
1. Sumber Data Primer	70
2. Sumber Data Sekunder	71
E. Teknik Pengumpulan Data	71
1. Wawancara	72
2. Observasi	72
3. Dokumentasi	73

F. Teknik Analisis Data.....	74
1. Pengumpulan Data	74
2. Reduksi Data	74
3. Penyajian Data.....	75
4. Penarik Kesimpulan	75
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	75
H. Tahap-Tahap Penelitian	77

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	80
1. BMT BIM.....	80
2. BMT PETA	85
B. Hasil Penelitian	92
1. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Untuk Menarik Minat Nasabah Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan.....	91
2. Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan.....	94
3. Kendala dan Solusi Dalam Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan.....	96

BAB V : PEMBAHASAN

A. Analisis Pelaksanaan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Untuk Menarik Minat Nasabah Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan	101
B. Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan	115

C. Analisis Kendala dan Solusi Dalam Memilih Produk Simpanan di BMT BIM Cabang Maduran dan BMT PETA Cabang Lamongan	116
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN-LAMPIRAN	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Simpanan

BMT BIM Cabang Maduran Tahun 2020-20225

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Simpanan

BMT PETA Cabang Lamongan Tahun 2020-20226

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	67
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT BIM Cabang Maduran	82
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BMT PETA Cabang Lamongan	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Dokumentasi
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7 : Kartu Kendali Bimbingan