

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	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xviii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
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	14
A. Manajemen Pemasaran Syariah	14
B. Strategi	15
1. Pengertian Strategi	15
2. Fungsi Startegi	16
3. Proses Manajemen Strategi	16

4. Perencanaan Strategi	17
C. Komunikasi	18
1. Pengertian Komunikasi	18
2. Tujuan Komunikasi	20
3. Unsur Komunikasi	21
D. Pemasaran Syariah	22
1. Pengertian Pemasaran Syariah	22
2. Prinsip Pemasaran Syariah	23
3. Cara Kerja Pemasaran Islam	24
4. Etika Pemasaran Islam	25
5. Karakteristik Pemasaran Islam.....	28
6. Prinsip Pemasaran Syariah	32
7. Syariah Marketing Values	34
E. Strategi Komunikasi Pemasaran Syariah	37
1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran Syariah	37
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	38
3. Fungsi Komunikasi Pemasaran	39
4. Model Komunikasi Pemasaran Syariah	40
5. Unsur Strategi Komunikasi Pemasaran.....	41
6. Tahap Komunikasi Pemasaran Syariah.....	43
F. Strategi Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota BMT	46
G. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)	48
1. Pengertian.....	48
2. Landasan Hukum	49
3. Prinsip Koperasi	51
4. Produk Koperasi Syariah.....	52
5. Fungsi Koperasi Syariah	54
6. Tujuan	56
H. Penelitian Terdahulu	57

BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	64
B. Lokasi Penelitian.....	65
C. Kehadiran Peneliti.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	67
F. Teknik Analisis Data.....	71
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	73
H. Tahap Penelitian.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	78
A. Paparan Data	78
1. BMT Istiqomah Tulungagung.....	78
2. BMT Muamalah Tulungagung.....	82
B. Temuan Penelitian	85
1. Strategi Komunikasi Iklan Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi	85
2. Strategi Komunikasi <i>Sales Promotion</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi	95
3. Strategi Komunikasi <i>Public Relation</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi	104
4. Strategi Komunikasi <i>Personal Selling</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	114
5. Strategi Komunikasi <i>Dirrect Selling</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	123
C. Analisis Data.....	132

1. Strategi Komunikasi Iklan Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi	132
2. Strategi Komunikasi Sales Promotion Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	133
3. Strategi Komunikasi Public Relation Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	135
4. Strategi Komunikasi Personal Selling Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	136
5. Strategi Komunikasi Dirrect Selling Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi ...	138

BAB V PEMBAHASAN 140

A. Strategi Komunikasi Iklan Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi	140
B. Strategi Komunikasi <i>Sales Promotion</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi.....	143
C. Strategi Komunikasi <i>Public Relation</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi.....	146
D. Strategi Komunikasi <i>Personal Selling</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi.....	149

E. Strategi Komunikasi <i>Dirrect Selling</i> Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Istiqomah Dan BMT Muamalah Tulungagung Beserta Kendala Dan Solusi.....	153
--	-----

BAB VI PENUTUP 157

A. KESIMPULAN.....	157
B. SARAN.....	159

DAFTAR PUSTAKA 161