

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Penegasan Istilah	12
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Strategi Promosi	17
1. Pengertian Strategi	17

2. Unsur Strategi	18
3. Promosi	19
4. Strategi Promosi	23
5. Tahap-Tahap dalam Mengembangkan Bauran Promosi	28
6. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah	31
B. Baitul Maal Wat Tamwil	33
1. Pengertian <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>	33
2. Operasional BMT	34
3. Produk-Produk BMT	34
C. Nasabah	38
1. Pengertian Nasabah	38
2. Jenis-Jenis Nasabah	39
D. Perbankan	39
E. Penelitian Terdahulu	41
F. Kerangka Berpikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian	51
C. Kehadiran Penelitian	52
D. Data dan Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan data	53
F. Teknik Analisis Data	56

G. Pengecekan Keabsahan Temuan	58
H. Tahap-Tahap Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	61
A. Paparan Data Penelitian	61
B. Hasil Temuan	88
C. Analisis Data	119
BAB V PEMBAHASAN	135
A. Penerapan Strategi Promosi produk BMT	135
B. Dampak dari Penerapan Strategi Promosi.....	139
C. Kendala dari Penerapan Strategi Promosi.....	146
BAB VI PENUTUP	148
A. Kesimpulan	148
B. Saran	149
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN-LAMPIRAN	154