

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 Gambar	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract.....	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Masalah	7
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Strategi Pemasaran, Segmentasi Pasar, Targeting, dan Positioning	13
B. Pembiayaan Mudharabah	29
C. Penelitian Terdahulu.....	31
D. Kerangka Konseptual	37

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39

C. Kehadiran Penelitian.....	39
D. Data dan Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	41
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	43
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
B. Temuan Penelitian	54
C. Analisis Penelitian	83
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Strategi Segmentasi Pasar, Targeting dan Positioning Untuk Meningkatkan Daya Saing Pembiayaan di BMT PETA Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung.....	88
B. Dampak Dari Penerapan Strategi Segmentasi Pasar, Targeting dan Positioning Untuk Meningkatkan Daya Saing Pembiayaan di BMT PETA Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung	94
C. Kendala dan Upaya BMT PETA Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung Dalam Menerapkan Strategi Tersebut Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pembiayaannya	95
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105