

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Metode Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	17
1. Pengertian Pemasaran .....	17
2. Konsep Pemasaran .....	19
3. Pemasaran Dalam Islam .....	23
B. Strategi Pemasaran .....	33
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	33

2. Segmentasi Pasar.....	35
3. Target Pasar.....	34
4. Positioning.....	35
C. MINAT .....	36
1. Pengertian Minat .....	36
2. Indikator Minat.....	37
3. Faktor-Faktor yang Menimbulkan Minat.....	39
D. Perbankan Syariah.....	44
1. Pengertian Perbankan syariah .....	44
2. Pronsip- Prinsip Syariah Pada Bank Syariah .....	45
3. Produk-Produk Perbankan Syariah .....	49
E. Masyarakat Milenial .....	54
1. Pengertian masyarakat milenial.....	54
2. Ciri-ciri Generasi Milenial .....	62

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	66
B. Sumber Data.....	68
C. Teknik Pengumpulan Data.....	69
D. Metode dan Teknik Analisis Data.....	71
1. Pengumpulan Data .....	71
2. Reduksi Data .....	78
3. Penyajian Data.....	79
4. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi .....	80

### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	82
1. PT. Bank Syariah Indonesia .....	82
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia .....	84
3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC	

Tulungagung.....	85
4. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung .....	86
B. Hasil Penelitian .....	91
1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung .....	91
2. Faktor Penghambat dalam Melakukan Pemasaran Untuk Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung .....	105
3. Faktor Pendukung dalam Melakukan Pemasaran Untuk Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung .....	109

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pembahasan Hasil Penelitian .....	111
1. Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Haji pada BSI KC Tulungagung .....	111
2. Faktor Penghambat dalam Melakukan Pemasaran untuk Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung .....	117
3. Faktor Pendukung dalam Melakukan Pemasaran untuk Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Tulungagung.....	120

## **BAB VI PENUTUPAN**

A. Kesimpulan .....	121
B. Saran .....	122

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN LAMPIRAN**