

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman 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 Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Penegasan Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	16

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Landasan Teoristis.....	18
1. Perbankan Syariah.....	18
a. Pengertian Perbankan Syariah.....	18
b. Tujuan Perbankan Syariah	20
c. Fungsi Perbankan Syariah.....	20
d. Produk Perbankan Syariah	21
2. Loyalitas Nasabah	28
a. Pengertian Loyalitas	28
b. Ciri-Ciri Loyalitas Nasabah	30
c. Tahapan Loyalitas	31
d. Indikator Loyalitas Nasabah	32
e. Jenis-Jenis Loyalitas Nasabah.....	33
f. Manfaat Loyalitas Nasabah.....	34
3. Pemasaran	
a. Definisi Pemasaran.....	36
b. Konsep Pemasaran	37
4. <i>Islamic Marketing Ethics</i>	38
a. Definisi <i>Islamic Marketing</i>	38
b. Definisi <i>Ethics</i>	40
c. Konsep Etika Pemasaran Islam.....	41
d. Sumber Hukum Etika Pemasaran Islam.....	42
e. Prinsip Etika Pemasaran Islam.....	43
f. Karakteristik Etika Pemasaran Islam	47
5. Hubungan <i>Islamic Marketing Ethics</i> dengan Loyalitas Nasabah	52
B. Penelitian Terdahulu.....	54
C. Kerangka Berpikir.....	63

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	65
---	----

B. Lokasi Penelitian.....	67
C. Kehadiran Peneliti.....	68
D. Data dan Sumber Data	68
E. Teknik Pengumpulan Data	70
F. Analisis Data	74
G. Keabsahan Temuan Data.....	76
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	79

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	81
1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo ...	81
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.....	84
3. Struktur Organisasi dan Job Description Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo	84
4. Produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo..	89
B. Temuan Penelitian.....	92
1. Implementasi <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.....	92
2. Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dalam <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah.....	138
3. Solusi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dalam mengatasi kendala internal dan eksternal <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah.....	163

BAB V : PEMBAHASAN

A. Implementasi <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah
--

dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.....	173
B. Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dalam <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah.....	180
C. Solusi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dalam mengatasi kendala internal dan eksternal <i>Islamic marketing ethics</i> dan pemasaran bank syariah dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah.....	183
 BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	188
B. Saran.....	189
 DAFTAR PUSTAKA.....	
191	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	
198	

DAFTAR TABEL

1.1 Data Jumlah Nasabah Berdasarkan Nama Produk, Jenis Akad dan Jumlah Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo Tahun 2018-2023	7
---	---

DAFTAR GAMBAR

1.1 Penghargaan <i>Satisfaction, Loyalty, and Engagement</i> (SLE) Survey 2022-2023	5
2.1 Kerangka Berpikir	63
3.1 Komponen Dalam Data Model Miles dan Huberman.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Observasi
- Lampiran 2: Pedoman Dokumentasi
- Lampiran 3: Pedoman Wawancara
- Lampiran 4: Dokumentasi
- Lampiran 5: Surat Rekomendasi Penelitian
- Lampiran 6: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7: Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup