

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ivi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penegasan Istilah	10
F. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Pemasaran.....	15
B. Strategi	19
C. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi)	24
D. Tabungan Zam-Zam.....	29
E. Generasi Z (GEN-Z).....	33
F. Penelitian Terdahulu	39
G. Kerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian	48
C. Kehadiran Peneliti	48
D. Data dan Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan data	52
F. Teknik Analisis Data	60

G. Pengecekan Keabsahan Temuan	61
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Temuan Penelitian.....	72
BAB V PEMBAHASAN	83
A. Penerapan Strategi Personal Selling Pada Produk Tabungan Zam- Zam Untuk Kalangan Generasi Z di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.....	83
B. Faktor yang Menghambat Penerapan Strategi Personal Selling dalam Menarik Minat Nasabah Melalui Produk Tabungan Zam- Zam.....	92
BAB VI PENUTUP	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara.....	52
-----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	44
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	104
Lampiran 2	112
Lampiran 3	114
Lampiran 4	124