

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Motto.....	vi
Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Pedoman Transliterasi Arab Latin	xvi
Abstrak	xxv
Abstract	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Penegasan Istilah.....	12
F. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II KAJIAN TEORI	16
A. Pemasaran	16
1. Pengertian Pemasaran	16
2. Optimalisasi Pemasaran	17

3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	29
4. Pemasaran dalam Perspektif Syariah	37
B. Keputusan Pembelian.....	42
C. Penelitian Terdahulu	48
D. Kerangka Teoritik Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Rancangan Penelitian.....	60
B. Kehadiran Peneliti.....	61
C. Lokasi Penelitian.....	61
D. Data dan Sumber Data	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Analisis Data.....	65
G. Pengecekan Keabsahan Data	67
H. Tahapan Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	72
A. Gambaran Objek Penelitian	72
B. Paparan Data	82
C. Temuan Penelitian	113
BAB V PEMBAHASAN	131
A. Strategi Pemasaran Produk Solusi Emas Hijrah dalam Mendorong Keputusan Pembelian Nasabah.....	131
B. Aspek yang menjadi Pertimbangan Nasabah Dalam Mengambil Keputusan Pembelian di Bank Muamalat KCP Nganjuk	146
C. Optimalisasi Pemasaran Produk Solusi Emas Hijrah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Nasabah di Bank Muamalat KCP Nganjuk	152
BAB VI PENUTUP	157
A. Kesimpulan	157
B. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN.....	167