

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Pembahasan	12

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis	14
1. Strategi	14
2. Strategi <i>Marketing</i>	16
3. <i>Shari'a Marketing</i>	17
4. Strategi <i>Shari'a Marketing</i>	23

5. Penjualan Produk.....	31
6. Bank Syariah	32
7. Tabungan iB Muamalat Prima	42
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Kerangka Konseptual	47

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Kehadiran Peneliti.....	51
D. Data dan Sumber Data	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Teknik Analisis Data.....	54
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	56
H. Tahap-tahap Penelitian.....	58

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	60
1. Letak Geografis Objek Penelitian	60
2. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia	60
3. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia.....	63
4. Struktur dan <i>Job Description</i> PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri	63
5. Produk dan Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri	69
B. Temuan Penelitian.....	70
1. Implementasi Strategi <i>Shari'a Marketing</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tabungan iB Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri.....	70
2. Kendala Implementasi Strategi <i>Shari'a Marketing</i>	

dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tabungan iB Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri.....	74
3. Upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan penjualan produk Tabungan iB Muamalat Prima ..	76
C. Analisis Data	77

BAB V : PEMBAHASAN

A. Implementasi Strategi <i>Shari'a Marketing</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tabungan iB Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri	80
B. Kendala Implementasi Strategi <i>Shari'a Marketing</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tabungan iB Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri	86
C. Upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan penjualan produk Tabungan iB Muamalat Prima	87

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran-saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN