

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. <i>Marketing Mix</i>	9
B. Keputusan Anggota	23
C. Kemitraan dalam Fiqih Muamalah	26
D. Penelitian Terdahulu	29
E. Paradigma Penelitian	35
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	37
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Kehadiran Peneliti	38
D. Lokasi Penelitian.....	39
E. Sumber Data	40
F. Metode Pengumpulan Data	41

G. Teknik Analisis Data.....	43
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
I. Tahap-tahap Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
B. Paparan Data	52
C. Temuan Penelitian.....	78
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN	
A. Pelaksanaan <i>Marketing Mix</i> dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Anggota di BMT Permata Mojokerto.....	85
B. Kendala <i>marketing mix</i> dalam meningkatkan keputusan pembelian anggota di BMT Permata Mojokerto.....	98
C. Solusi dalam Menghadapi Kendala <i>marketing mix</i> dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Anggota di BMT Permata Mojokerto.....	100
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	104
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	