

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | i |
| ABSTRAK | ii |
| NOTA DINAS | iii |
| PERSETUJUAN | iv |
| PENGESAHAN | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| MOTTO | vii |
| RIWAYAT HIDUP | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 8 |
| C. Fokus Penelitian | 9 |
| D. Rumusan Masalah | 9 |
| E. Tujuan Penelitian | 10 |
| F. Manfaat Penelitian | 10 |
| G. Penelitian Terdahulu | 11 |
| H. Kerangka Pemikiran | 16 |

| | |
|--------------------------------|----|
| I. Sistematika Pembahasan..... | 18 |
|--------------------------------|----|

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| A. PERBANKAN SYARIAH..... | 20 |
| 1. Pengertian Perbankan Syariah..... | 20 |
| 2. Jenis-jenis Bank Syariah..... | 22 |
| 3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional..... | 24 |
| 4. Dasar Hukum Perbankan Syariah..... | 25 |
| B. STRATEGI PEMASARAN..... | 31 |
| 1. Pengertian Strategi..... | 31 |
| 2. Pengertian Pemasaran..... | 32 |
| 3. Pengertian Strategi Pemasaran..... | 33 |
| 4. Macam-macam Strategi Pemasaran..... | 35 |
| 5. Indikator Strategi Pemasaran..... | 36 |
| 6. Tujuan dan Unsur Utama Pemasaran..... | 37 |
| 7. Konsep Pemasaran..... | 51 |
| C. PEMASARAN DALAM PANDANGAN ISLAM..... | 55 |
| 1. Pengertian Pemasaran Dalam Pandangan Islam..... | 55 |
| 2. Karakteristik Pemasaran Syariah..... | 57 |
| D. MINAT..... | 58 |
| 1. Definisi Minat..... | 58 |
| 2. Tahapan Minat..... | 60 |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat..... | 61 |
| 4. Penentuan Minat..... | 62 |
| 5. Indikator Minat..... | 64 |

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|-------------------------------------|----|
| A. METODE PENELITIAN..... | 66 |
| 1. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 66 |
| 2. Jenis Penelitian..... | 66 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Sumber Data | 67 |
| 4. Teknik Pengambilan Sampel | 68 |
| 5 Teknik Pengumpulan Data | 69 |
| 6. Uji Validitas Data | 70 |
| 7. Teknik Analisis Data | 71 |
| BAB IV : ANALISIS HASIL PENELITIAN..... | 73 |
| A. GAMBARAN UMUM PT. BANK SYARIAH MANDIRI 73 | |
| 1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri 73 | |
| 2. Alamat Bank Syariah Mandiri KCP Pandeglang 77 | |
| 3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri (BSM) 77 | |
| 4. Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pandeglang Tahun 2017 78 | |
| 5. Produk Dan Jasa Bank Syariah Mandiri 81 | |
| 6. Jasa-jasa 82 | |
| 7. Rencana Kegiatan Bank Syariah Mandiri (BSM) Kcp Pandeglang 83 | |
| B. HASIL PENELITIAN 84 | |
| 1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kcp Pandeglang Tahun 2015-2017 86 | |
| 2. Strategi yang Paling Banyak Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kcp Pandeglang Tahun 2015-2017 91 | |
| 3. Kendala Bank Syariah Mandiri Kcp Pandeglang dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran 92 | |

C. Hasil Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Pada
Bank Syariah Tahun 2015-2017 93

BAB V : PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 97 |
| B. Saran | 98 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN