

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Berpikir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
A. Tinjauan Pustaka	8
B. Landasan Teori	9
1. Wakaf	9
2. Wakaf Tunai	15
3. Perbedaan Antara Wakaf, Shadaqah, Hibah dan Zakat	23
4. Strategi	24
5. Marketing	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN	29
A. Lokasi Penelitian	29
B. Jenis Penelitian	30
C. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Sumber Data Primer	30

2.	Sumber Data Sekunder	31
D.	Metode Pengolahan dan Analisa Data	31
1.	<i>Editing</i> (Pengecekan Kembali)	31
2.	<i>Cassifying</i> (Klarifikasi)	31
3.	<i>Veryfying</i> (Verifikasi).....	32
4.	<i>Analysing</i> (Analisis)	32
5.	<i>Concluding</i> (Pengambilan Kesimpulan).....	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A.	Gambaran Umum Yayasan itQan Bandung.....	33
1.	Sejarah Singkat Berdirinya Yayasan itQan Bandung	33
2.	Letak Geografis Yayasan itQan Bandung.....	34
3.	Visi, Misi dan Tujuan Yayasan itQan Bandung	34
4.	Struktur Kepengurusan Yayasan itQan Bandung	35
5.	Struktur Kelembagaan.....	36
6.	DAWAM.....	36
B.	Hasil Penelitian	37
1.	Perencanaan Strategi Marketing Program DAWAM pada Yayasan itQan Bandung.....	37
2.	Pelaksanaan Strategi Marketing Program DAWAM pada Yayasan itQan Bandung.....	41
3.	Evaluasi Strategi Promosi Program DAWAM pada Yayasan itQan Bandung..	48
BAB V	PENUTUP	xii
A.	Kesimpulan	xii
B.	Saran	xii
	DAFTAR PUSTAKA	xiv
	LAMPIRAN.....	xvii
	RIWAYAT HIDUP	xxvii