

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Konsep dan Teori	9
1. Strategi Pemasaran	9
2. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam.....	28
3. Produk Cicil Emas	32

B. Kajian Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Berpikir	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Metode dan Pendekatan	46
B. Jenis dan Sumber Data	47
C. Teknik Pengumpulan Data	48
D. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan	66
1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal dalam Memasarkan Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1	66
2. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1	79
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94