

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5

BAB II KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori	6
1. Teori Strategi Pemasaran	6
2. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran	8
3. Strategi Pemasaran Syariah.....	13
4. Bauran Pemasaran 9P Dalam Islam	19
5. Teori <i>Brand Image</i>	24
6. <i>Brand Image</i> Dalam Pandangan Islam.....	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	41
B. Setting Penelitian	41
C. Subyek Penelitian	42
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Pengujian Keabsahan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	48
1. Sejarah BSI (Bank Syariah Indonesia)	48

2. Profil BSI (Bank Syariah Indonesia)	48
3. Visi, Misi dan tujuan BSI (Bank Syariah Indonesia)	49
4. Produk dan Layanan BSI (Bank Syariah Indonesia)	49
5. <i>Job Description</i> BSI (Bank Syariah Indonesia)	53
B. Deskripsi Data Penelitian.....	53
1. Strategi dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> dan Langkah-langkah Pembentukan <i>Brand Image</i> BSI KCP Purwodadi A Yani.....	54
C. Analisis Data Penelitian	65
1. Analisis Strategi dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> dan Langkah-langkah Pembentukan <i>Brand Image</i> BSI KCP Purwodadi A Yani.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	72
B. Saran-saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

