

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN MUNAQOSYAH | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR SINGKATAN | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 9 |
| C. Rumusan Masalah | 9 |
| D. Tujuan Penelitian | 9 |
| E. Manfaat Penelitian | 10 |
| F. Sistematika Penelitian | 11 |
| BAB II KERANGKA TEORI | |
| A. Kajian Teori | 13 |
| 1. Strategi | 13 |
| a. Pengertian Strategi | 13 |
| 2. Pemasaran | 15 |
| a. Pengertian Pemasaran | 15 |
| 3. Strategi Pemasaran | 18 |
| a. Pengertian Strategi Pemasaran | 18 |
| b. Proses Strategi Pemasaran | 20 |
| c. Langkah-langkah Strategi Pemasaran | 22 |
| d. Manfaat Strategi Pemasaran | 25 |
| 4. Product Branding | 29 |
| a. Pengertian Produk | 29 |
| b. Hirarki Produk | 31 |
| c. Klasifikasi Produk | 33 |
| d. Konsep Tentang Siklus Hidup Produk | 34 |
| e. Pentingnya Produk Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan | 35 |
| f. Pengertian Branding | 36 |
| g. Fungsi dan Tujuan Branding | 37 |
| h. Manfaat Branding | 38 |

| | |
|--|----|
| 5. Personal Branding | 42 |
| a. Pengertian Personal Branding | 42 |
| b. Fungsi Personal Branding | 45 |
| c. Manfaat dan Tujuan Personal Branding | 46 |
| 6. Tabungan Sirela | 48 |
| 7. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) | 50 |
| B. Penelitian Terdahulu | 51 |
| C. Kerangka Berfikir | 56 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Jenis dan Penelitian | 58 |
| B. Setting Penelitian | 59 |
| C. Subyek dan Obyek Penelitian | 60 |
| D. Sumber Data | 61 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 62 |
| F. Uji Keabsahan Data | 64 |
| G. Teknik Analisis Data | 67 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 70 |
| 1. Sejarah KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah | 70 |
| 2. Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah | 70 |
| 3. Visi dan Misi KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah | 73 |
| 4. Struktur Organisasi KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah | 74 |
| 5. Produk-produk KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah | 79 |
| B. Deskripsi Data Penelitian | 82 |
| 1. Deskripsi Strategi Pemasaran Melalui Product Branding dan Personal Branding Pada Produk Tabungan Sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Pati cabang Karaban | 82 |
| 2. Deskripsi Dampak Strategi Pemasaran Melalui Product Branding dan Personal Branding Pada Produk Tabungan Sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Pati cabang Karaban | 88 |

| | |
|--|-----|
| C. Analisis Data Penelitian | 91 |
| 1. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Product Branding dan Personal Branding pada Produk Tabungan Sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati cabang Karaban | 91 |
| 2. Analisis Dampak Strategi Pemasaran Melalui Product Branding dan Personal Branding pada Produk Tabungan Sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati cabang Karaban | 102 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Simpulan | 105 |
| B. Saran-saran | 105 |
| C. Penutup | 106 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN | |

DAFTAR SINGKATAN

| | |
|--------|---|
| KSPPS | : Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah |
| ICMI | : Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia |
| PINBUK | : Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil |
| ATM | : Anjungan Tunai Mandiri |
| KJKS | : Koperasi Jasa Keuangan Syariah |
| FO | : Front Office |
| CS | : Customer Service |



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Data Nasabah Tabungan Sirela.....7
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir56
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Yaummi Maziyah
Assa’adah Pati75
Gambar 4.2 Struktur Organisasi KSPPS Yaummi Maziyah
Assa’adah Pati cabang Karaban81

