REPOSITORI IAIN KUDUS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ..... **ii**
PENGESAHAN MUNAQOSAH ..... **iii**
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Fokus Penelitian 7
C. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan Penelitian 7
E. Manfaat Penelitian 8
F. Sitematika Penelitian 9
BAB II **11**
KAJIAN PUSTAKA **11**
A. Kajian Teori Terkait Judul 11
1. Theory Social Exchange 11
2. Strategi Pemasaran 11
a. Pengertian Strategi 11
b. Pengertian Pemasaran 13
c. Pengertian Strategi Pemasaran 14
d. Tujuan Pemasaran 15
e. Fungsi Strategi Pemasaran 15
3. Relationship Marketing 16
a. Pengertian Relationship Marketing 16
b. Tujuan Relationship Marketing 18
c. Manfaat Relationship Marketing 20
d. Ruang Lingkup Dimensi Relationship Marketing 21
4. Loyalitas Nasabah 26
a. Pengertian Loyalitas Nasabah 26
b. Tahapan Loyalitas Nasabah 28
c. Ciri-ciri Loyalitas Pelanggan 30
d. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Nasabah 31

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

e. Loyalitas Dalam Perspektif Islam 32
5. Produk Simpanan Mudharabah 32
a. Pengertian Simpanan 32
b. Prinsip-prinsip dalam Produk simpanan mudharabah ... 33
c. Skema simpanan mudharabah 34
6. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) 35
a. Definsi BMT 35
b. Prinsip-Prinsip BMT 36
c. Peran BMT 36
B. Penelitian Terdahulu 37
C. Kerangka Berpikir 41
BAB III 43
METODE PENELITIAN 43
A. Jenis dan Pendekatan 43
B. Setting Penelitian 44
C. Subjek Penelitian 44
D. Sumber Data 45
E. Teknik Pengumpulan Data 45
F. Pengujian Keabsahan Data 48
G. Teknik Analisis Data 49
BAB IV 52
PEMBAHASAN 52
A. Profil Objek Penelitian 52
1. Profil Singkat Lembaga 52
2. Sejarah dan Perkembangan KSPPS BMT Al Amin 52
3. Visi, Misi dan Tujuan KSPPS BMT Al Amin 55
4. Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Amin 55
5. Tugas dan Wewenang Jabatan 58
6. Produk KSPPS BMT Al Amin 60
B. Deskripsi Data Penelitian 63
1. Penerapan strategi pemasaran *relationship marketing* pada produk simpanan Al Amin yang diterapkan di BMT Al Amin kudus dalam menjaga loyalitas nasabah 63
2. Hambatan yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi *Relationship Marketing* Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Al Amin 77
C. Analisis Data 79
1. Penerapan Strategi *Relationship Marketing* pada Produk Simpanan Al Amin yang diterapkan di BMT Al Amin Kudus dalam Menjaga Loyalitas Nasabah 80

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Hambatan yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi *Relationship Marketing* Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Al Amin 85
BAB V 89
PENUTUP 89
A. Simpulan 89
B. Saran-saran 89
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 4.1 Susunan Pengurus Pertama Kali BMT Al Amin pada Tahun 2000 53
Tabel 4.2 Struktur Kepengurusan Masa Perkembangan BMT Al Amin 54
Tabel 4.3 Pengurus KSPPS BMT Al Amin Kudus Periode 2018-2023 56
Tabel 4.4 Badan Pengawas KSPPS BMT Al Amin Kudus Periode 2018-2023 57
Tabel 4.5 DPS Harian KSPPS BMT Al Amin Kudus Periode 2018-2023 57
Tabel 4.4 Pengelola harian KSPPS BMT Al Amin Kudus Periode 2018-2023 57

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema penyimpanan dana akad mudharabah 34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir 42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Amin 56

REPOSITORI IAIN KUDUS