

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Pustaka	9
1. Strategi Pemasaran	9
a. Pengertian Strategi	9
b. Pengertian Pemasaran	10
c. Pengertian Strategi Pemasaran	13
2. Analisis SWOT	23
3. Peminat/Minat Konsumen	25
a. Pengertian peminat	25

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian	27
c. Proses Pembelian Konsumen	30
4. Simpanan Pelajar Prestasi	32
B. Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Sumber Data	38
C. Lokasi Penelitian.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Uji Keabsahan Data	42
F. Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1. Sejarah Berdirinya BMT Harapan Ummat	46
2. Profil, Visi dan Misi BMT Harapan Ummat	47
3. Kelembagaan BMT Harapan Ummat Kudus	48
4. Tugas dan Wewenang	49
5. Produk-produk BMT Harapan Ummat Kudus.....	54
6. Lingkup Usaha.....	56
B. Deskripsi Data Penelitian.....	57
1. Data Strategi Pemasaran BMT Harapan Ummat Kudus dalam Meningkatkan Simpanan Pelajar Prestasi.....	60
a. Produk (<i>Product</i>).....	60
b. Harga (<i>Price</i>)	62
c. Tempat (<i>Place</i>).....	63
d. Promosi (<i>Promotion</i>).....	64
e. Partisipan (<i>People</i>)	66
f. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	66
g. Proses (<i>Process</i>).....	67

2. Data Tentang Analisis SWOT Mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Simpanan Pelajar Prestasi di BMT Harum Kudus.....	69
a. <i>Strength</i> (Kekuatan)	69
b. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	69
c. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	70
d. <i>Threat</i> (Ancaman)	71
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Yang Dihadapi BMT Harum Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Peminat Simpanan Pelajar Prestasi	72
a. Faktor Pendukung	72
b. Faktor Penghambat.....	72
C. Analisis dan Pembahasan	73
1. Analisis tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Simpanan Pelajar Prestasi di BMT Harum Kudus	73
a. Produk (<i>Product</i>).....	77
b. Harga (<i>Price</i>)	74
c. Tempat (<i>Place</i>).....	75
d. Promosi (<i>Promotion</i>).....	76
e. Partisipan (<i>People</i>)	79
f. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	80
g. Proses (<i>Process</i>).....	81
2. Analisis tentang Analisis SWOT mengenai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Peminat Simpanan Pelajar Prestasi di BMT Harum Kudus.....	83
a. <i>Strength</i> (Kekuatan)	83
b. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	84
c. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	84
d. <i>Threat</i> (Ancaman)	85
3. Analisis tentang Faktor Pendukung dan Penghambat yang dihadapi BMT Harapan Ummat Kudus dalam Menerapkan	

Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Peminat Simpanan Pelajar Prestasi	90
a. Faktor Pendukung	90
b. Faktor Penghambat	92

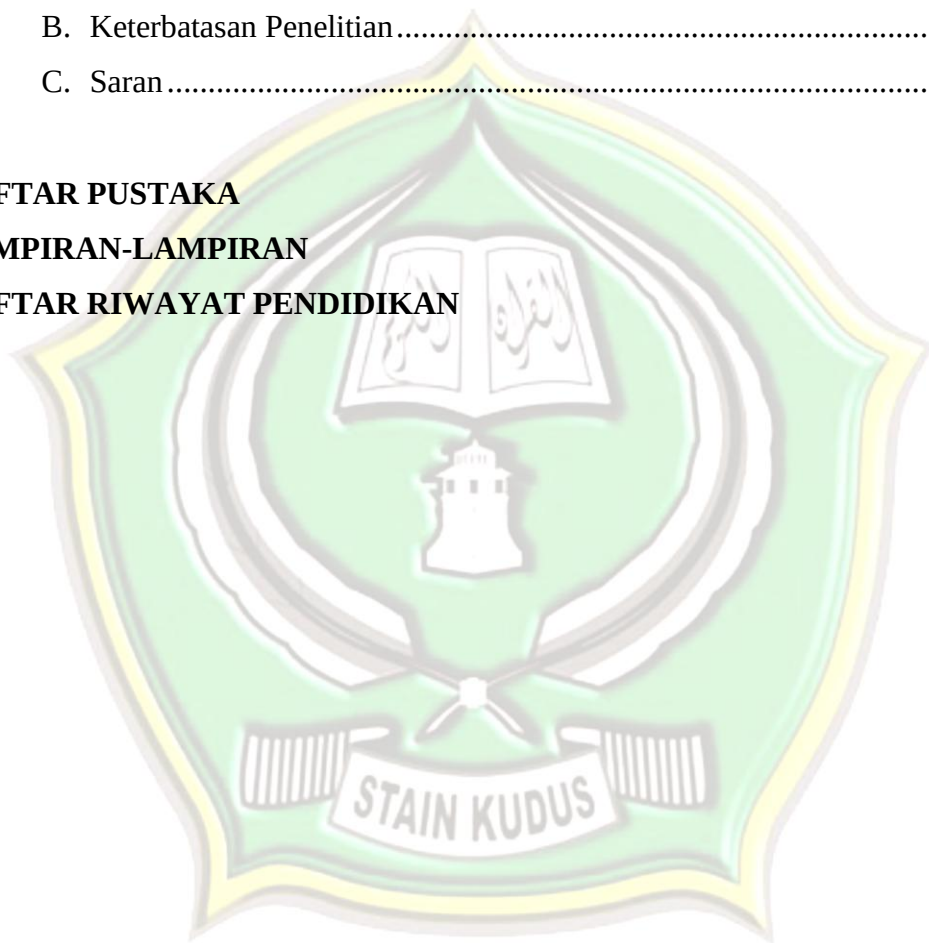
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian	96
C. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	:	Data Jumlah Anggota Simpanan	5
Tabel 2.1	:	Matriks SWOT	24
Tabel 4.1	:	Data Jumlah Anggota Simpanan	60
Tabel 4.2	:	Matriks SWOT	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	:	Kerangka Berfikir	36
------------	---	-------------------------	----

