

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	9
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Penelitian.....	10
1.6.1 Metode Penelitian	10
1.6.2 Data.....	10
1.6.3 Instrumen dan Responden Penelitian.....	11
1.6.4 Analisis Data.....	11

1.7	Variabel Penelitian dan Oprasional Variabel	12
1.7.1	Variabel Penelitian.....	12
1.7.2	Oprasional Variabel	13
1.8	Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan		
	Qurban.....	15.....
2.1	Pengertian Pemasaran Syariah.....	15
2.2	Sembilan Etika (Akhlaq) Pemasar.....	16
2.3	Karakteristik Pemasaran Syariah.....	20
2.4	Bauran Pemasaran Syariah.....	25
2.5	Komunikasi Pemasaran Syariah.....	28
2.6	Perilaku Konsumen.....	37
2.6.1	Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran.....	38
2.6.2	Tipe Perilaku Pembelian Konsumen.....	38
2.7	Pengertian Qurban.....	39
2.8	Tabungan Qurban di Bank Syariah.....	40
2.8.1	Komunikasi Pemasaran Produk Tabungan Qurban di Bank Syariah.....	41
BAB III KOMUNIKASI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN QURBAN DI BANK SYARIAH MANDIRI KCU DAGO		
	48	48
3.1	Profil Bank Syariah Mandiri.....	48
3.1.1	Sejarah Bank Syariah Mandiri.....	48
3.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	50

3.1.3 Nilai-nilai Perusahaan.....	50
3.1.4 Kepemilikan Saham Bank Syariah Mandiri.....	51
3.1.5 Struktur Organisasi	52
3.1.6 Produk.....	52
3.2 Komunikasi Pemasaran Syariah Tabungan Qurban di Bank Syariah Mandiri KCU Dago.....	65
3.3 Peningkatan Jumlah Nasabah.....	65
BAB IV KAJIAN KOMUNIKASI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN QURBAN....67	
4.1 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Syariah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Utama Dago.....	67
4.2 Jumlah Biaya Komunikasi Pemasaran Syariah dan Jumlah Nasabah Tabungan Qurban di Bank Syariah Mandiri KCU Dago.....	77
4.3 Analisis Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Qurban di Bank Syariah Mandiri KCU Dago.....	79
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Penutup.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN