

DAFTAR ISI

Halaman

COVER

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR REKOMENDASI PENGUJI UJIAN NASKAH TUGAS AKHIR

MOTO i

PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR ii

ABSTRACT iii

ABSTRAK iv

LEMBAR PERSEMBAHANv

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah6

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian..... 7

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu..... 7

1.4.2 Kegunaan Praktis 7

1.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian8

1.5.1 Lokasi Penelitian.....8

1.5.2 Jadwal Penelitian.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH.....10

2.1 Bank Syariah.....10

2.1.1	Pengertian Bank Syariah	10
2.1.2	Fungsi dan Tujuan Bank Syariah	13
2.1.3	Produk Bank Syariah	14
2.2	Strategi Pemasaran	29
2.2.1	Pengertian Strategi Pemasaran	29
2.2.2	Tujuan Pemasaran	30
2.2.3	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	31
2.2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	38
2.3	Tabungan Emas by BSI	55
2.3.1	Pengertian Tabungan Emas	55
2.3.2	Tata Cara Menabung Emas di BSI	57
2.3.3	Akad dalam Tabungan Emas	59
2.4	Pendekatan Masalah	60
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN		70
3.1	Objek Penelitian	70
3.1.1	Sejarah dan Profil Bank Syariah Indonesia Tbk	70
3.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia Tbk	72
3.1.3	Logo dan Makna Bank Syariah Indonesia Tbk	72
3.1.4	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Tbk KC Garut	73
3.1.5	<i>Job Description</i> Bank Syariah Indonesia Tbk KC Garut	74
3.2	Metode Penelitian	80
3.2.1	Jenis Penelitian	80
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	81
3.2.3	Teknik Analisis Data	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		88
4.1	Hasil Penelitian	88
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian	88
4.1.2	Analisis Data	89

4.2	Pembahasan	128
4.2.1	Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Garut.....	128
4.2.2	Analisis Hambatan dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Garut	141
4.2.3	Analisis Solusi dari Hambatan dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Garut	143
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		145
5.1	Simpulan.....	145
5.2	Saran	146
DAFTAR PUSTAKA.....		148
LAMPIRAN.....		152
BIODATA PENULIS.....		166