DAFTAR ISI

Sampul i

Persetujuan Dosen Pembimbing ii

Pengesahan Tim Penguji iii

Motto dan Persembahan iv

Pernyataan Pertanggungjawaban Otentisitas Skripsi v

Abstrak vi

Kata Pengantar vii

Daftar Isi x

Daftar Lampiran xii

Bab I : Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah. 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Peneliian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Definisi konsep 5
F. Sistematika Pembahasan 6

Bab II : Kajian Teoritik

A. Penelitian Terdahulu yang relevan 8
B. Kerangka Teori 14
   1. Perencanaan Strategi Pemasaran 15
      a. Pengelolaan lini produk 16
      b. Pemilihan dan pengelolaan saluran pemasaran 19
      c. Pengelolaan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat 23
      d. Pengelolaan SDM pemasaran 31
   2. Implementasi Pemasaran 35
   3. Evaluasi Pemasaran 36
   4. Perspektif Islam 39

Bab III : Metode Penelitian

A. Pendekatan dan jenis penelitian 41
B. Lokasi Penelitian 41
C. Jenis dan Sumber Data 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tahap-Tahap Penelitian 43
E. Teknik Pengumpulan Data..... 48
F. Teknik Validitas Data 54
G. Teknik Analisis Data 55

Bab IV : Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Objek Penelitian
1. Sejarah Berdirinya Bank BPRS Amanah Sejahtera..... 58
2. Profil Bank BPRS Amanah Sejahtera..... 59
3. Visi Bank BPRS Amanah Sejahtera 60
4. Misi Bank BPRS Amanah Sejahtera 60
5. Letak geografis Bank BPRS Amanah Sejahtera..... 60
6. Struktur organisasi Bank BPRS Amanah Sejahtera 61
7. Data karyawan Bank BPRS Amanah Sejahtera..... 63

B. Penyajian Data
1. Perencanaan Strategi Pemasaran 65
   a. Pengelolaan lini produk 65
   b. Pemilihan dan pengelolaan saluran pemasaran 66
   c. Pengelolaan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat 67
   d. Pengelolaan SDM pemasaran 69
2. Implementasi Pemasaran 72
3. Evaluasi Pemasaran 75

C. Analisis Data
1. Perencanaan Strategi Pemasaran 77
   a. Pengelolaan lini produk 77
   b. Pemilihan dan pengelolaan saluran pemasaran 80
   c. Pengelolaan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat 82
   d. Pengelolaan SDM pemasaran 88
2. Implementasi Pemasaran 96
3. Evaluasi Pemasaran 101

Bab V : Penutup

A. Simpulan 104
B. Saran (rekomendasi) 105
C. Keterbatasan Peneliti 106

Daftar Pustaka 107

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id