

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SCAN KTM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kontribusi Riset.....	5

BAB 2 TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Definisi Produk.....	7
2.3 Produk Funding.....	8
2.4 Strategi Pemasaran.....	10
2.5 Strategi Pemasaran Produk Jasa.....	12
2.6 Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah.....	12

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.5 Metode Analisis Data.....	18

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri.....	19
4.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri.....	19
4.3 Budaya Kerja PT. Bank Syariah mandiri.....	21
4.4 Arti Logo PT. Bank Syariah Mandiri.....	22
4.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri.....	23
4.6 Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Cabang Rungkut.....	28
4.7 Penyusunan Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM Cabang Rungkut...	30
4.8 Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	32
4.9 Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Tabungan BSM Cabang Rungkut...	38
4.10 Hambatan Dalam Memasarkan Produk Tabungan di BSM Cabang Rungkut...	39

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA.....	43
----------------------------	-----------

LAMPIRAN