

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi	8
 BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	10
1. Strategi	10
a. Pengertian Strategi	10
b. Strategi dalam Tinjauan Islam	11
2. Komunikasi Pemasaran	14
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran	14
b. Proses Komunikasi Pemasaran	16
c. Komunikasi Pemasaran Terpadu	17
d. Tahap-Tahap dalam Proses Komunikasi Efektif	18
e. Strategi Bauran Komunikasi	25

f. Hambatan/ Gangguan Komunikasi Pemasaran	27
g. Komunikasi Pemasaran dalam Tinjauan Islam	28
B. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	29
1. Pengertian <i>Brand Equity</i>	29
2. Pengelompokan <i>Brand Equity</i>	31
3. <i>Brand Equity</i> dalam Tinjauan Islam	33
C. Baitul Mal Wa Tamwil	34
1. Pengertian Baitul Mal wa Tamwil	34
2. Visi	35
3. Misi	36
4. Tujuan	37
5. Sifat	37
6. Asas dan Landasan	38
7. Prinsip Utama BMT	38
8. Fungsi BMT	39
9. Ciri-Ciri BMT	40
D. Hasil Penelitian Terdahulu	40
E. Kerangka Berpikir	45

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	47
B. Sumber Data	48
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
D. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Observasi	49
2. Wawancara	50
3. Dokumentasi	51
E. Uji Keabsahan	52
F. Analisis Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Sejarah Berdirinya BMT LISA Sejahtera Jepara	55
2. Perkembangan BMT LISA Sejahtera Jepara	55
3. Visi dan Misi BMT LISA Sejahtera Jepara	56
4. Produk-produk BMT LISA Sejahtera	57
5. Struktur Organisasi.....	59
B. Data Penelitian	61
1. Komunikasi Pemasaran BMT LISA Sejahtera Jepara	61
2. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk <i>Brand Equity</i> di BMT LISA Sejahtera Jepara.....	65
3. Hambatan dalam Komunikasi Pemasaran di BMT LISA Sejahtera Jepara.....	69
C. Pembahasan.....	71
1. Analisis Komunikasi Pemasaran BMT LISA Sejahtera Jepara	71
2. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk <i>Brand Equity</i> di BMT LISA Sejahtera Jepara.....	74
3. Analisis Hambatan dalam Komunikasi Pemasaran di BMT LISA Sejahtera Jepara.....	83

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Implikasi Penelitian.....	88
D. Saran.....	88
E. Penutup.....	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1	: Jumlah Nasabah di BMT LISA Sejahtera Jepara.....	5
Gambar 2.1	: Elemen Komunikasi	17
Gambar 2.2	: Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi.....	60
Gambar 4.2	: Hambatan Komunikasi Efektif.....	69
Gambar 4.3	: Komunikasi Pemasaran Terintegrasi untuk Membangun Ekuitas Merek.....	82

