

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>Halaman</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEORISINILAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Penjelasan Judul .....	6
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran Bank .....	11
1. Pengertian Pemasaran .....	11
2. Strategi Pemasaran .....	13
3. Tujuan Pemasaran .....	13
4. Konsep Pemasaran .....	14
5. Marketing Mix .....	16
B. Tabungan.....	20
1. Pengertian Tabungan .....	20
2. Jenis-Jenis Tabungan .....	21
3. Tujuan dan Manfaat Tabungan .....	28
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG PEMBANTU UPI YPTK PADANG</b>	

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	30
B. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	32
C. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	33
D. Produk-Produk PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	38

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA**

A. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang Dalam Memasarkan Produk Tabungan iB Multiguna .....	54
B. Kendala-kendala Dalam Melakukan Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	58

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	62

#### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

#### **LAMPIRAN**