**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL ii**

**PERNYATAAN KEASLIAN iii**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING iv**

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN v**

**PERSEMBAHAN vi**

**MOTO vii**

**ABSTRAK viii**

**KATA PENGANTAR x**

**DAFTAR ISI xii**

**DAFTAR TABEL xv**

**PEDOMAN TRANSLITERASI xvi**

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 8
3. Tujuan Penelitian 9
4. Kegunaan Penelitian 10
5. Kajian Terdahulu 10
6. Metode Penelitian 15
7. Sistematika Pembahasan 23

**BAB II MARKETING MIX**

1. Pengertian *Marketing* 25
2. Pengertian Pembiayaan 47

**BAB III DATA LAPANGAN**

1. Gambaran Umum BMT BeeMass Ngawi 53
2. Sejarah Pendirian 53
3. Motto, Visi dan Misi BMT Bee Mass Ngawi 54
4. Struktur organisasi BMT Bee Mass Ngawi 55
5. Produk BMT Bee Mass Ngawi 58
6. Penghimpun Dana (funding) 58
7. Pembiayaan (*Financing*) BMT Bee Mass Ngawi 61
8. Praktik *marketing mix* produk pembiayaan Syariah diBMT BeeMas Ngawi 66
9. Produk (*Product*) 66
10. Tempat (*Place*) 69
11. Harga (*Price*)71
12. Promosi (*Promotion*)75

**BAB IV ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN BMT BEEMASS DI KABUPATEN NGAWI**

1. Analisis *product* terhadap pemasaran produk pembiayaan BMT BeeMass diKabupaten Ngawi82
2. Analisis *price* terhadap pemasaran produk pembiayaan BMT BeeMass di Kabupaten Ngawi 83
3. Analisis *place* terhadap pemasaran produk pembiayaan BMT BeeMass di Kabupaten Ngawi 86
4. Analisis*promotion* terhadap pemasaran produk pembiayaan BMT BeeMass di Kabupaten Ngawi 95

**BAB V PENUTUP**

1. Kesimpulan 105
2. Saran 107

**DAFTAR PUSTAKA 108**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**