

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Batasan masalah	8
C. Rumusan masalah.....	9
D. Tujuan dan manfaat penelitian	9
E. Metode penelitian.....	10
F. Sistematika penulisan.....	13
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk	15
B. Fungsi dan tujuan	18
C. Struktur organisasi.....	19
D. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru	26
E. Produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru produk bagi penyimpan dana (shahibul maal).....	27
F. Profil Manulife Syariah.....	29
G. Produk Manulife Syariah	30
H. Visi dan Misi Manulife Indonesia.....	32
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Strategi Pemasaran	33
1. Pengertian strategi.....	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengertian pemasaran.....	34
3. Pengertian strategi pemasaran.....	35
B. Asuransi Syariah	49
1. Pengertian asuransi syariah	49
2. Jenis-jenis asuransi syariah	52
3. Prinsip-prinsip asuransi syariah	54
C. <i>Marketing</i> Syariah	62
1. Karakteristik <i>marketing</i> syariah	62
2. Pandangan Islam terhadap <i>marketing mix</i>	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi <i>marketing mix</i> produk asuransi zafirah proteksi sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru	72
B. Tinjauan ekonomi Islam terhadap Strategi <i>marketing mix</i> produk asuransi zafirah proteksi sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru.....	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN