

DAFTAR ISI

ASBTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II GAMBARAN UMUM ISLAMIC BANK OF THAILAND	12
A. Sejarah dan Perkembangan Islamic Bank of Thailand	12
B. Visi dan Misi Islamic Bank Of Thailand	17
C. Produk Islamic Bank Of Thailand	18
BAB III TINJAUAN TEORITIS	27
A. Strategi Pemasaran	27
B. Tabungan Wadi'ah	35
C. Prinsip-prinsip Pemasaran Dalam Syariah	39
D. Strategi Pemasaran dalam Islam	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	47
A. Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Pada <i>Islamic Bank Of Thailand</i> Cabang Palas	47
B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Pada <i>Islamic Bank Of Thailand</i> Cabang Palas Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah	55

Hak Cipta Diindungi 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.

C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Pada <i>Islamic Bank Of Thailand</i> Cabang Palas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	57
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA