

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II 15	
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Transformasi Digital.....	15
2.1.2 <i>Digital Platform</i>	16
2.1.3 Strategi Digital	18
2.1.3 Dasar Hukum Penggunaan Teknologi Perbankan Syariah	23
2.1.4 Teori <i>Marketing</i>	24
2.1.5 Hukum Pemasaran Dalam Islam.....	28
2.1.6 Jenis Digital Banking	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III 40	
METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Tahapan Penelitian.....	46
3.4 Informan Penelitian	47

3.5	Pengumpulan Data Dan Sumber Data	47
3.5.1	Pengumpulan Data.....	47
3.5.2	Sumber Data	48
3.6	Teknik Analisis Data	48
BAB IV	56	
HASIL DAN PEMBAHASAN	56	
4.1	Karakteristik Objek Penelitian.....	56
4.2	Hasil dan Pembahasan	56
4.3	Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan <i>Market Share</i> Melalui Pemanfaatan <i>Digital Platform</i> Berdasarkan Analisis SWOT	82
BAB V	94	
KESIMPULAN DAN SARAN	94	
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102	
Lampiran 1	102	
Lampiran 2	104	
Lampiran 3	140	
Lampiran 4	143	
Lampiran 5	177	