

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	18
C. Rumusan Masalah	19
D. Tujuan Penelitian.....	19
E. Manfaat Penelitian.....	20
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	21
G. Penegasan Istilah	22
H. Sistematika Skripsi	25

BAB II : LANDASAN TEORI

A. <i>Marketing</i>	27
1. Pengertian <i>Marketing</i>	27
2. Tahapan <i>Marketing</i>	29
3. Kiat-kiat <i>Marketing</i>	30
4. Tugas Pokok Bidang <i>Marketing</i>	32
B. <i>Relationship Marketing</i>	33
1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	33
2. Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	36
3. Manfaat Pemasaran Berbasis Hubungan (<i>Relationship Marketing</i>).....	38
C. Kualitas Pelayanan	39
1. Pengertian Kualitas	39
2. Pengertian Pelayanan.....	41
3. Pengertian Kualitas Pelayanan	42
4. Dimensi Kualitas Pelayanan	43
D. Loyalitas	47
1. Pengertian Loyalitas	47
2. Keuntungan dan Karakteristik Loyalitas	48
3. Tahapan Loyalitas.....	49
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	51
E. Pembiayaan.....	53
1. Pengertian Pembiayaan.....	53

2. Analisis Pembiayaan.....	53
3. Jenis-jenis Pembiayaan.....	55
F. Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.....	58
1. Pengertian Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.....	58
G. <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	60
1. Pengertian <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	60
2. Visi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	61
3. Misi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	62
4. Tujuan <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	62
5. Sifat <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	63
6. Prinsip Utama <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	63
7. Fungsi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	64
8. Ciri-ciri Utama <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	65
H. Kajian Penelitian Terdahulu.....	65
I. Kerangka Konseptual.....	71
J. Hipotesis Penelitian.....	73

BAB III :METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	75
B. Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel Penelitian.....	76
C. Sumber Data.....	79
D. Variabel dan Skala Pengukuran Penelitian.....	80
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	82
F. Teknik Analisis Data.....	87

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Objek Penelitian	95
B. Profil Responden	97
C. Karakteristik Responden	97
D. Deskripsi Variabel Penelitian	103
E. Analisis Data	106

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bit Tamlik di BTM Surya Madinah.....	122
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bit Tamlik di BTM Surya Madinah.....	124
C. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bit Tamlik di BTM Surya Madinah	127

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	129
B. Saran	130

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN