

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xx

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	11
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	18
1. Tujuan Kegiatan Pemasaran	19
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
B. <i>Price</i>	24
1. Pengertian <i>Price</i>	24
2. Tujuan Penetapan Harga	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Produk	27
4. Harga Jual yang Efisien	31
C. <i>Service Excellent</i>	31
1. Pengertian Pelayanan.....	31
2. Pengertian Pelayanan yang Baik	32
3. Indikator Pelayanan yang Baik.....	33
4. Hakekat Pelayanan Prima.....	35
5. Pelayanan dalam Pandangan Islam	40
D. <i>Sharia Compliance</i>	41
1. Definisi <i>Sharia Compliance</i>	41
2. Prinsip <i>Sharia Compliance</i>	43
E. Keputusan Anggota	49
1. Pengertian Keputusan	49
2. Perilaku Konsumen	51
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	53
4. Pengambilan Keputusan Dalam Islam.....	57
F. Pembiayaan.....	58
1. Pengertian Pembiayaan	58
2. Fungsi Pembiayaan	60
3. Jenis-jenis Pembiayaan	62
4. Pembiayaan Musyarakah	65
5. Dasar Hukum Pembiayaan Musyarakah.....	67
G. Baitul Maal wa Tamwil (BMT).....	69
1. Pengertian Baitul Maal wa Tamwil (BMT).....	69

H. Kajian Penelitian Terdahulu	70
I. Kerangka Konseptual	75
J. Hipotesis Penelitian	76

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	78
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	79
1. Populasi Penelitian	79
2. Sampel Penelitian	79
3. Sampling	80
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	81
1. Data.....	81
2. Variabel	83
3. Skala Pengukuran	83
D. Teknik Pengumpulan Data	85
1. Observasi	85
2. Kuesioner.....	86
3. Dokumentasi.....	86
E. Instrumen Penelitian	87
F. Teknik Analisis Data	91
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument	91
a. Uji Validitas.....	91
b. Uji Reliabilitas	92
2. Uji Normalitas	93
3. Uji Asumsi Klasik	93
a. Uji Multikolinearitas.....	93
b. Uji Heteroskedastisitas	94
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
5. Uji Hipotesis	96
a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T).....	97
b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	97

6. Koefisien Determinasi	98
--------------------------------	----

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian.....	99
1. Profil Lembaga Keuangan BMT Sahara Tulungagung	99
2. Sejarah BMT Sahara Tulungagung	100
3. Data Penelitian	102
4. Visi dan Misi	102
5. Struktur Organisasi BMT Sahara Tulungagung	103
6. Produk Pembiayaan BMT Sahara Tulungagung	105
B. Deskripsi Data Responden	106
1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	107
2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	108
3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	108
4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	109
5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	110
6. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	111
C. Deskripsi Variabel Penelitian	112
1. Variabel <i>Price</i>	113
2. Variabel <i>Service Excellent</i>	120
3. Variabel <i>Sharia Compliance</i>	126
4. Variabel Keputusan Anggota	133
D. Analisis Data	140
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	140
2. Uji Normalitas	146
3. Uji Asumsi Klasik	148
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	150
5. Uji Hipotesis	153

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	157
--	-----

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.....	159
B. Pengaruh <i>Service Excellent</i> terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.....	160
C. Pengaruh Penerapan <i>Sharia Compliance</i> terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.....	162
D. Pengeruh <i>Price, Service Excellent</i> dan <i>Sharia Compliance</i> terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung	163

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	165
B. Saran.....	167

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN