

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	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Landasan Teoritis	19
1. Teori Perilaku Konsumen	18
2. Pengambilan Keputusan	25

3. Pengetahuan Konsumen	33
4. Citra Merek	39
5. Kualitas Layanan	48
6. <i>Baitul Mal Wa Tamwil</i>	58
B. Hasil Penelitian Terdahulu	61
C. Kerangka Konseptual	68
D. Hipotesis Penelitian	71
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	73
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian	74
C. Sumber Data Variabel dan Skala Pengukuran	77
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	79
E. Teknik Analisis Data	85
BAB IV HASIL PENELITIAN	93
A. Profil Lembaga	93
B. Deskripsi Data	96
C. Analisis Data	102
BAB V PEMBAHASAN	129
A. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung	117
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Anggota pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung	118
C. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung	120
D. Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung	122
BAB VI PENUTUP	124
A. Kesimpulan	124

B. Saran125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN