

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Rumusan Masalah	15

D. Tujuan Penelitian	16
E. Kegunaan Penelitian	16
1. Kegunaan Teoritis	16
2. Kegunaan Praktis	17
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan	18
1. Ruang Lingkup Penelitian	18
2. Keterbatasan Penelitian	19
G. Penegasan Istilah	19
1. Definisi Konseptual	20
2. Definisi Operasional	21
H. Sistematika Penulisan Skripsi	23

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	25
1. Pemasaran	25
a. Pengertian Pemasaran	25
b. Pemasaran Syariah	26
c. Konsep Tujuan Pemasaran	32
2. Loyalitas	32
a. Pengertian Loyalitas	32
b. Membangun Dan Mengembangkan Loyalitas	34
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	36
d. Arti Penting Loyalitas	38
e. Karakteristik Loyalitas	38

3. Pemasaran Relasional	39
a. Pengertian Pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing</i>)	39
b. Tujuan Pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing</i>)	41
c. Pendekatan Pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing</i>)	43
4. Nisbah Bagi Hasil	45
a. Pengertian Nisbah Bagi Hasil	45
b. Karakteristik Nisbah Bagi Hasil	47
c. Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan Bagi Hasil	48
5. BMT (<i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>)	50
a. Pengertian Bmt (<i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>)	50
b. Visi BMT	51
c. Misi BMT	52
d. Tujuan BMT	54
B. Penelitian Terdahulu	54
C. Kerangka Konseptual	61
D. Hipotesis Penelitian	61

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	63
1. Pendekatan Penelitian	63
2. Jenis Penelitian	63
B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian	64
1. Populasi	64

2. Sampel	64
3. Teknik Pengambilan Sampel	66
C. Sumber Data, Variabel Dan Dan Skala Pengukuran	67
1. Sumber Data	67
2. Variabel Penelitian.....	67
3. Skala Pengukuran	68
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian	69
1. Teknik Pengumpulan Data	69
2. Instrument Data	71
E. Teknik Analisa Data	75
1. Uji Kualitas Data	75
2. Uji Normalitas	77
3. Uji Instrumen Data	78
4. Uji Hipotesis	79

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	83
B. Deskripsi Responden	94
C. Pengujian Hipotesis	102

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung	118
--	-----

B. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung	122
C. Pengaruh Pemasaran Relasional dan Nisbah Bagi Hasil terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung	125

BAB VI KESIMPULAN

A. Kesimpulan	130
B. Saran	131

DAFTAR RUJUKAN	133
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	137
--------------------------------	-----