

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Depan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Grafik.....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
Abstrak .....	xix

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian .....	14
G. Penegasan Istilah .....	14
H. Sistematika Skripsi.....	16

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah .....	19
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2. Bauran Pemasaran .....	22
3. Pengertian Pemasaran Syariah .....	23
B. Hakikat Keputusan Anggota .....	24
1. Pengertian Keputusan Anggota.....	24
2. Faktor Perilaku Konsumen.....	25
3. Tahap Keputusan Pembelian.....	28
C. Hakikat Komunikasi Pemasaran .....	33
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	33
2. Tujuan dan Manfaat Komunikasi Pemasaran .....	35
3. Proses Komunikasi.....	36
4. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	37
D. Hakikat Penerapan Prinsip Syariah .....	41
1. Pengertian Penerapan Prinsip Syariah .....	41
2. Pedoman Bisnis dalam Islam .....	44
3. Prinsip Ekonomi Islam.....	46
E. Hakikat Pembiayaan Murabahah .....	54
F. Hakikat Koperasi Syariah .....	56
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	58
H. Kerangka Konseptual .....	64
I. Hipotesis Penelitian.....	66

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	67
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	68
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya.....	70
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	73
E. Teknik Analisis Data .....	76
1. Uji Validitas .....	77
2. Uji Reliabilitas .....	78
3. Uji Asumsi Klasik .....	79
4. Uji Normalitas .....	80
5. Uji Hipotesis .....	81
6. Uji Regresi Linier Berganda .....	82
7. Uji Koefisien Determinasi .....	83

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	84
1. Profil Lembaga BTM Surya Melati Abadi Jatim.....	84
2. Sejarah Berdirinya BTM Surya Melati Abadi Jatim.....	84
3. Visi dan Misi BTM Surya Melati Abadi Jatim .....	87
4. Letak Geografis BTM Surya Melati Abadi Jatim Ngadiluwih..	87
5. Struktur dan Susunan Organisasi BTM Surya Melati Abadi Jatim .....	88
B. Karakteristik Responden .....	90

C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	93
D. Analisis Data .....	98
1. Uji Validitas .....	99
2. Uji Reliabilitas .....	100
3. Uji Asumsi Klasik.....	101
4. Uji Normalitas.....	103
5. Uji Hipotesis .....	107
6. Uji Regresi Linier Berganda .....	110
7. Uji Koefisien Determinasi .....	111

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah .....	112
B. Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah .....	114
C. Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah...	116

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	119

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**