

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Depan.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Grafik.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak.....	xvx

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13

G. Penegasan Istilah.....	14
H. Sistem Penulisan Skripsi.....	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Pemasaran.....	18
1. Pengertian Pemasaran	18
2. Strategi Pemasaran.....	20
3. Konsep-Konsep Pemasaran.....	21
4. Sistem Informasi Pemasaran.....	22
B. Hakikat Keputusan Anggota	23
1. Keputusan Pembelian.....	23
2. Perilaku Pasca Pembelian	24
3. Model Perilaku Nasabah	25
4. Proses Pengambilan Keputusan	26
C. Hakikat Promosi.....	29
1. Pengertian Promosi	29
2. Tujuan Promosi	30
3. Sarana Promosi.....	30
4. Bauran Pemasaran.....	33
D. Hakikat Lokasi	34
1. Pengertian Lokasi.....	34
2. Tujuan Penempatan Lokasi	35
3. Jenis-Jenis Kantor Bank.....	35

4. Pertimbangan Penentuan Lokasi	37
5. Penempatan Lokasi	38
E. Hakikat Pembiayaan Murabahah	42
1. Pengertian Pembiayaan	42
2. Tujuan Pembiayaan	43
3. Pembiayaan Murabahah	43
4. Rukun Murabahah	44
5. Dasar Hukum Murabahah	44
6. Ketentuan Umum Murabahah dalam Perbankan Syariah	45
F. Hakikat Koperasi Syariah	46
1. Pengertian Koperasi Syariah	46
2. Fungsi Koperasi	47
3. Tujuan Koperasi	47
G. Kajian Penelitian Terdahulu	49
1. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Anggota (Y)	49
2. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Anggota (Y)	52
3. Kerangka Konseptual	55
4. Hipotesis Penelitian	57

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
1. Pendekatan Penelitian	58
2. Jenis Penelitian	58

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	59
1. Populasi Penelitian.....	59
2. Sampling Penelitian	59
3. Sampel Penelitian.....	60
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	62
1. Sumber Data.....	62
2. Variabel Penelitian	62
3. Skala Pengukuran.....	63
D. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian	64
1. Teknik Pengumpulan Data.....	64
2. Instrumen Penelitian.....	64
E. Teknik Analisi Data	67
1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument	67
2. Uji Asumsi Klasik	69
3. Uji Hipotesis.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	74
1. Profil Koperasi Syariah Al-Mawaddah.....	74
2. Visi dan Misi	75
3. Produk-Produk Koperasi Syariah Al-Mawaddah.....	75
4. Struktrur Kepengurusan Koperasi Syariah Al-Mawaddah	75

B. Deskripsi Responden.....	76
1. Jenis Kelamian Responden	77
2. Usia Responden.....	77
3. Pendidikan Responden	78
4. Pekerjaan Responden	79
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	80
1. Variabel Promosi (X1)	80
2. Variabel Lokasi (X2).....	81
3. Variabel Keputusan Anggota (Y).....	81
D. Hasil Analisis Data.....	82
1. Uji Validitas	82
2. Uji Reabilitas.....	84
3. Uji Asumsi Klasik	85
4. Uji Hipotesis.....	89

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.....	95
B. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di Koperasi Syariaiah Al-Mawaddah Ngunut.....	96
C. Pengaruh Promosi dan Lokasi Kantor Terhadap Keputusan	

Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di Koperasi

Syariah Al-Mawaddah Ngunut 98

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 100

B. Saran..... 102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN