

## 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.....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Grafik .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak .....	xvii

### **BAB I           PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Skripsi.....	11

### **BAB II           LANDASAN TEORI**

A. Hakikat Pemasaran	
1. Definisi Pemasaran.....	14
2. Peranan Pemasaran.....	14
3. Strategi Pemasaran .....	14

B. Hakikat Kepuasan Nasabah	
1. Definisi Kepuasan Nasabah .....	16
2. Harapan Pelanggan.....	17
3. Strategi Kepuasan Pelanggan .....	19
4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	22
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	23
C. Hakikat Kualitas Produk	
1. Definisi Kualitas Produk .....	25
2. Pentingnya Kualitas Produk .....	26
3. Dimensi Kualitas Produk .....	26
4. Langkah-Langkah Pengembangan Produk .....	28
5. Produk-Produk .....	32
D. Hakikat Loyalitas Pelanggan	
1. Definisi Loyalitas Pelanggan .....	36
2. Karakteristik Loyalitas .....	38
3. Tahapan dan Tingkatan Loyalitas .....	39
E. Hakikat Perilaku Konsumen	
1. Definisi Perilaku Konsumen .....	42
2. Model Perilaku Konsumen.....	44
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	45
F. Hakikat <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT)	
1. Definisi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	52
2. Visi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	53
3. Misi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	54
4. Tujuan <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	54
5. Sifat <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	55
6. Azas dan Landasan <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> ....	56

	7. Prinsip Utama <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	56
	8. Fungsi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	58
	9. Ciri-Ciri <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> .....	59
	G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	59
	H. Kerangka Konseptual .....	69
	I. Hipotesis Penelitian.....	71
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Rancangan Penelitian .....	73
	B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	74
	C. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran .....	77
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	79
	E. Intrumen Penelitian .....	80
	F. Teknik Analisis Data.....	85
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	92
	B. Deskripsi Data Penelitian.....	111
	C. Deskripsi Variabel.....	116
	D. Hasil Analisis Data.....	131
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	
	A. Pengaruh Kualitas Produk.....	146
	B. Pengaruh Loyalitas Pelanggan .....	148
	C. Pengaruh Perilaku Konsumen .....	149
	D. Pengaruh Simultan .....	151
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	154
	B. Saran.....	155

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN