

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	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Pembahasan	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Pemasaran	
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2. Manfaat Manajemen Pemasaran	18
3. Karakteristik Manajemen Pemasaran	19

B. Hakikat Minat Nasabah Menabung	
1. Pengertian Minat Nasabah Menabung	19
2. Manfaat Menabung	20
3. Landasan Syariah yang mendasari minat Menabung	21
C. Hakikat Promosi	
1. Pengertian Promosi	22
2. Macam-Macam Promosi	22
3. Tujuan Promosi	25
D. Hakikat Motivasi	
1. Pengertian Motivasi	26
2. Proses Motivasi	27
3. Jenis-Jenis Motivasi	28
E. Hakikat Kualitas Produk	
1. Pengertian Kualitas Produk	29
2. Prinsip Kualitas Produk	30
3. Dimensi Kualitas Produk	30
F. Kajian Penelitian Terdahulu	33
G. Kerangka Konseptual	40
H. Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Populasi, Sampel dan Sampling	46
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, Skala Pengukuran	49
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Instrumen Penelitian	53
F. Teknik Analisis Data	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	63
B. Deskripsi Data Penelitian	70
C. Deskripsi Variabel	76
D. Hasil Analisis	83

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi	102
B. Pengaruh Motivasi	105
C. Pengaruh Kualitas Produk	107
D. Pengaruh Simultan	110

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	112
B. Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Alternatif Jawaban Responden	53
3.2 Instrument Penelitian	54
4.1 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi	77
4.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi	78
4.3 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Motivasi	78
4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Motivasi.....	79
4.5 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk	80
4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk	80
4.7 Frekuensi Jawaban Angket Variabel Minat Nasabah Menabung	81
4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat Nasabah Menabung	82
4.9 Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi, Motivasi, Kualitas Produk dan Minat Nasabah Menabung	83
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	86
4.11 Hasil Uji Normalitas	87
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	88
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	91
4.14 Hasil Uji t	95
4.15 Hasil Uji f	97
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	98

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	40
4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri	68
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket/Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil Angket Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 9: Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 10 :Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 11 :Lembar Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 :Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 13 :Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 14 :Dokumentasi