

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian	17
E. Kegunaan Penelitian	18
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	19
G. Penegasan Istilah.....	20
H. Sistematika Skripsi.....	22

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran Produk Bank Syariah	
1. Pengertian.....	23
2. Strategi Pemasaran Bank Syariah	24
B. Marketing mix.....	26
C. Kualitas Pelayanan.....	29
1. Pengertian.....	29
2. Indicator Kualitas Pelayanan	31
3. Pelayanan Dalam Islam.....	32
D. Nasabah.....	33
1. Pengertian.....	33

E.	Perilaku Konsumen	
1.	Pengertian.....	37
2.	Keputusan Nasabah.....	39
3.	Proses Keputusan Anggota	40
4.	Proses Keputusan Pembelian	41
5.	Pengambilan Keputusan dalam Islam	43
F.	BMT (Baitul Maal Wa Tamwil)	
1.	Pengertian.....	45
2.	Prinsip-prinsip Dalam BMT.....	46
3.	Kegiatan Operasional BMT	48
G.	Hubungan Marketing Mix dengan Keputusan Nasabah	51
H.	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Nasabah.....	51
I.	Kajian Peneliti Terdahulu	52
J.	Kerangka Konseptual.....	53
K.	Hipotesis Penelitian.....	57

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	60
B.	Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	61
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	63
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	65
E.	Analisis data.....	71

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Profil Objek Penelitian.....	72
B.	Karakteristik Responden	89
C.	Deskripsi Variabel penelitian.....	92
D.	Hasil Analisis Data.....	97

BAB V : PEMBAHASAN

A.	Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung	113
B.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung.....	116
C.	Pengaruh Marketing Mix dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung	118

BAB VI : KESIMPULAN

A.	Kesimpulan	122
B.	Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN