

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	vi
Halam Persembahan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	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.....	13
H. Sistematika Skripsi.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Bank	17
1. Pengertian Pemasaran	17
2. Pengertian Pemasaran Bank.....	19
3. Pemasaran dalam Islam.....	20
B. Etika Bisnis Islam	23
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	23
2. Landasan Normatif Etika Bisnis dalam Islam.....	25
C. Pemasaran Pribadi.....	29
1. Pengertian Pemasaran Pribadi.....	29
2. Tujuan Pemasaran Pribadi.....	32
3. Alat dan Teknik Pemasaran Pribadi.....	33
4. Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran Pribadi	39
D. Pemasaran Langsung.....	41
1. Pengertian Pemasaran Langsung.....	41
2. Tujuan dan Manfaat Pemasaran Langsung	43
3. Media Pemasaran Langsung	44
4. Unsur Unsur Efektifitas Pemasaran Langsung	47
5. Faktor Faktor Pemasaran Langsung.....	47
6. Kelebihan Pemasaran Langsung	49
E. Citra Perusahaan.....	50
1. Pengertian Citra Perusahaan	50
2. Proses Pembentukan Citra.....	52

F. Keputusan Pembelian.....	54
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	54
2. Faktor faktor yang memengaruhi perilaku pembelian	55
3. Proses Pengambilan Keputusan.....	61
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	64
H. Kerangka Konseptual	68
I. Hipotesis Penelitian.....	69

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	71
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	72
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	75
D. Teknik Pengumpulan Data.....	78
E. Instrumen Penelitian.....	80
F. Analisis Data	85

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	92
B. Deskripsi Data.....	98
C. Analisis Data	117

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.....	142
B. Pengaruh Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.....	144

C. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.....	146
D. Pengaruh Penjualan Pribadi, Pemasaran Langsung dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.....	147

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	150
B. SARAN.....	152

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN