

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi.....	14
B. Kualitas Pelayanan.....	18
C. Pemahaman.....	23
D. Keputusan Nasabah.....	27
E. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Keputusan Nasabah	31
F. Kajian Penelitian Terdahulu	37
G. Kerangka Konseptual.....	48
H. Hipotesis Penelitian	49

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	50
B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian.....	50
C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran	52
D. Definisi Operasional	53
E. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian.....	55

BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	64
B. Analisis Deskriptif	69
C. Hasil Analisis Data	71
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Di BSI Surabaya	80
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Di BSI Surabaya	82
C. Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Di BSI Surabaya	86
D. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Pemahaman Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Di BSI Surabaya	88
E. Pengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Di BSI Surabaya	90
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	102