

DAFTAR ISI

Halaman Luar Sampul.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran	xix
Abstrak	xx

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	16
G. Penegasan Istilah.....	17
H. Sistematika Penulisan Skripsi	19

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	21
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2. Dasar Hukum Manajemen Pemasaran.....	22
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	23
B. Loyalitas Anggota	24
1. Pengertian Loyalitas Anggota	24
2. Dasar Hukum Loyalitas	26
3. Jenis-Jenis Loyalitas	27
4. Tahapan dan Tingkatan Loyalitas Anggota.....	28
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas.....	29
6. Indikator-Indikator Loyalitas Anggota.....	29
C. Kepercayaan	30
1. Pengertian Kepercayaan	30
2. Dasar Hukum Kepercayaan.....	32
3. Komponen Kepercayaan	33
4. Indikator-Indikator Kepercayaan.....	33
5. Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas.....	35
D. Komunikasi.....	36
1. Pengertian Komunikasi	36
2. Dasar Hukum Komunikasi.....	38
3. Unsur-Unsur Komunikasi	39
4. Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	41

5. Faktor-Faktor Dalam Komunikasi	41
6. Indikator-Indikator Komunikasi.....	42
7. Hubungan Komunikasi Terhadap Kepercayaan.....	44
8. Hubungan Komunikasi Terhadap Loyalitas	44
E. Komitmen	45
1. Pengertian Komitmen.....	45
2. Dasar Hukum Komitmen.....	46
3. Jenis-Jenis Komitmen.....	47
4. Indikator-Indikator Komitmen	48
5. Hubungan Komitmen Terhadap Kepercayaan	49
6. Hubungan Komitmen Terhadap Loyalitas	49
F. Kualitas Pelayanan	50
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	50
2. Dasar Hukum Kualitas Pelayanan	52
3. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan	53
4. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan.....	54
5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan	55
6. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas.....	55
G. <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> (BMT)	56
1. Pengertian <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> (BMT).....	56
2. Dasar Hukum <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> (BMT).....	57

3. Status Badan Hukum <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> (BMT).....	58
4. Prinsip Operasional <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> (BMT).....	60
H. Kajian Penelitian Terdahulu	62
I. Kerangka Konseptual	69
J. Hipotesis Penelitian	71
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	74
B. Populasi, Sampling Dan Sampel	75
C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran.....	77
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument Penelitian	79
E. Teknik Analisis Data	82
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	97
B. Analisis Deskriptif	113
C. Analisis Data.....	124
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepercayaan Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	160
B. Pengaruh Komitmen Terhadap Kepercayaan Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	162

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan ada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	164
D. Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas Anggota Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	166
E. Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Anggota Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	169
F. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung	172
G. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Pada BMT Istiqomah Tulungagung Dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	175

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	178
B. Saran.....	179

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN