

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. <i>Syariah Marketing</i>	18
B. <i>Service Excellence</i>	29
C. Kepercayaan Anggota	35
D. Koperasi Syariah BMT	40
E. Hubungan Antar Variabel	44
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	47

G. Kerangka Konseptual	56
H. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	60
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	63
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	64
E. Teknik Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
B. Deskripsi Responden.....	80
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	86
D. Analisis Data	89
BAB V PEMBAHASAN	107
A. Pengaruh <i>Syariah Marketing</i> terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.....	107
B. Pengaruh <i>Service Excellence</i> terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.....	109
C. Pengaruh <i>Syariah Marketing</i> dan <i>Service Excellence</i> terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.....	111
BAB VI PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120