

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRAC	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Penelitian	16
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	17
G. Penegasan Istilah	17
H. Sistematika Pembahasan	19
BAB II KAJIAN TEORI	21
A. Konsep Marketing Mix	21
B. Konsep Minat	37
C. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	40
D. Konsep Pembiayaan Syariah	42
E. Konsep Lembaga Keuangan Syariah	48
F. Kajian Penelitian Terdahulu	52

G. Kerangka Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	60
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	61
C. Teknik Pengumpulan Data	63
D. Skala Pengukuran	64
E. Oprasional Variabel	65
F. Instrumen Penelitian	66
G. Metode Analisis Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
B. Deskripsi Karaktristik Responden	81
C. Pengujian Hipotesis	83
BAB V PEMBAHASAN	97
A. Pengaruh Faktor Positioning terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Pembiayaan di LKS Kabupaten Tulungagung	97
B. Pengaruh Faktor Performance terhadap Pelaku UMKM dalam Mengajukan Pembiayaan di LKS Kabupaten Tulungagung	100
C. Pengaruh Faktor Pointing-Out terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Pembiayaan di LKS Kabupaten Tulungagung.	102
D. Pengaruh Faktor Positioning, Performance, dan Pointing-Out terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Pembiayaan di LKS Kabupaten Tulungagung	105
BAB VI PENUTUP	121
A. Kesimpulan	121
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130