

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Depan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Pernyataan Keaslian.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Skripsi.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pelayanan	17
1. Pengertian Kualitas Jasa	17

2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
B. Pengertian Promosi dan Strateginya	21
1. Pengertian Promosi	21
2. Strategi Promosi	21
1) Periklanan (<i>advertising</i>)	22
2) Penjualan Pribadi (<i>personal selling</i>)	22
3) Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>)	22
4) Publisitas (<i>publicity</i>).....	23
C. Minat Nasabah.....	23
1. Pengertian Minat	23
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
a. Faktor-faktor Kebudayaan.....	24
b. Faktor-faktor Sosial.....	25
c. Faktor Pribadi	26
d. Faktor-faktor Psikologi	26
3. Proses Pengambilan Keputusan	27
D. Pengertian Pembiayaan Musyarakah	29
1. Landasan Hukum Musyarakah.....	29
2. Jenis Syirkah	30
3. Rukun Musyarakah	31
4. Syarat Musyarakah	31
E. BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)	32
1. Asas dan Landasan	33
2. Visi dan Misi	33
3. Tujuan.....	34
4. Prinsip.....	34
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	35
G. Kerangka Berfikir Penelitian.....	39
H. Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
-----------------------------------------	----

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	42
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	43
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian.....	45
E. Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian.....	53
1. Sejarah Singkat Kopsyah BMT Berkah	53
2. Lokasi Kopsyah BMT Berkah	55
3. Visi dan Misi BMT Berkah.....	56
4. Struktur Organisasi BMT Berkah Trenggalek	57
5. Tugas dan Wewenang di BMT Berkah Trenggalek.....	58
6. Produk-Produk BMT Berkah Trenggalek.....	63
B. Karakteristik Responden	65
C. Analisis Data	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
3. Uji Normalitas.....	70
4. Uji Asumsi Klasik.....	71
a. Uji Multikolinearitas	71
b. Uji Heteroskedastisitas.....	72
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
6. Uji Hipotesis	73
a. Uji t	73
b. Uji F	75
7. Koefisien Determinasi (R^2)	76

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BMT Berkah Trenggalek.....	77
B. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BMT Berkah Trenggalek.....	79

- C. Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BMT Berkah Trenggalek .. 80

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 83
B. Saran..... 84

DAFTAR RUJUKAN..... 85

LAMPIRAN-LAMPIRAN