

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMN 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.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK INDONESIA.....	xvii
ABSTRAK INGGRIS	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi	15

BAB II :LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
3. Perilaku Konsumen Dalam Islam	19
B. Keputusan Nasabah.....	22
1. Pengertian Keputusan Nasabah	22
2. Pengambilan Keputusan Dalam Islam	24
C. Bauran Pemasaran	29
1. Pengertian Pemasaran	29
2. Tujuan Pemasaran.....	30
3. Pengertian Bauran Pemasaran	31
4. Pengertian Pemasaran Syari'ah	38
D. Etika Bisnis Islam	41
1. Pengertian Etika.....	41
2. Pengertian Bisnis	42
3. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	43
4. Indikator Etika Bisnis Islam	44
E. Kualitas Pelayanan.....	49
1. Pengertian Pelayanan.....	49
2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	49
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	51
4. Kualitas Pelayan dalam Islam.....	52

F. Kajian Peneliti Terdahulu	54
G. Kerangka Berfikir Penelitian	59
H. Hipotesis Penelitian	60

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	62
B. Populasi dan teknik Sampling.....	63
1. Populasi.....	63
2. teknik Sampling	63
C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	65
1. Sumber Data	65
2. Variabel Penelitian.....	66
3. Skala Pengukuran	66
D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian	67
1. Teknik Pengumpulan data	67
2. Instrumen Penelitian	68
E. Analisis Data.....	71
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	72
3. Uji Normalitas.....	73
4. Uji Asumsi Klasik.....	74
5. Uji Regresi	75
6. Uji Hipotesis	76
7. Uji Koefisien Determinasi.....	77

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian	78
1. Profil BMT Sahara.....	78
2. Visi Misi dan Tujuan BMT Sahara Tulungagung	84
B. Karakteristik Responden	84
1. Jenis Kelamin Responden.....	85
2. Pekerjaan Responden.....	85
3. Usia Responden	86
4. Pendidikan Responden	87
5. Pendapatan Nasabah	88
C. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	89
1. Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran	89
2. Deskripsi Variabel Etika Bisnis Islam	90
3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	91
4. Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah	92
D. Analisis Data.....	93
1. Uji Validitas	94
2. Uji Reliabilitas	96
3. Uji Normalitas.....	97
4. Uji Asumsi Klasik.....	99
5. Uji Regresi Linier Berganda	102
6. Uji Hipotesis	104
7. Uji Koefisien Determinan.....	108

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung	109
B. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung	111
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung	113
D. Pengaruh Bauran Pemasaran, Etika Bisbis Islam, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.....	115

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran	118

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN