

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	10
H. Sistematika Skripsi.....	12
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teoritis	14
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2. Fungsi Manajemen Pemasaran	15
B. Loyalitas	17
1. Pengertian Loyalitas	17
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	18

3. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	20
4. Tahapan Loyalitas	20
5. Tingkatan Menuju Loyalitas.....	23
6. Siklus Pembelian	25
C. Reputasi	27
1. Pengertian Reputasi	27
2. Indikator Reputasi	29
D. Nilai Nasabah	30
1. Pengertian Nilai Nasabah	30
2. Dimensi Nilai Nasabah.....	32
3. Karakteristik Nilai Nasabah	34
4. Keuntungan dalam Pembentukan Nilai Pelanggan	36
E. <i>RelaionshipMarketing</i>	40
1. Pengertian <i>Relaionship Marketing</i>	40
2. Langkah-langkah <i>Relaionship Marketing</i>	41
F. Baitul Maal Wat Tamwil.....	44
1. Pengertian <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>	44
2. Prinsip <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>	46
3. Fungsi <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i>	46
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	49
H. Kerangka Konseptual	53
I. Hipotesis Penelitian.....	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
1. Pendekatan Penelitian.....	56
2. Jenis Penelitian	57
B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	58
1. Populasi Penelitian	59
2. Sampling dan Sampel Penelitian	59
C. Sumber Data, dan Variabel Penelitian	60

1. Sumber Data	60
2. Variabel Penelitian	61
D. Skala Pengukuran	61
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	62
1. Teknik Pengumpulan Data	62
2. Instrumen Penelitian	63
F. Analisis Data	67
1. Uji Validitas.....	67
2. Uji Reliabilitas.....	68
3. Uji Normalitas Data.....	68
4. Uji Asumsi Klasik	69
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
6. Uji Hipotesis	71
7. Uji Koefisien Determinasi	73

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
1. Latar Belakang Berdirinya BMT Pahlawan	74
2. Dasar Oprasional BMT Pahlawan	75
3. Visi BMT Pahlawan	75
4. Misi BMT Pahlawan.....	75
5. Prinsip-Produk-produk Syari'ah BMT.....	76
6. Struktur Organisasi	79
7. Susunan Pengelola BMT Pahlawan Tulungagung	80
B. Deskripsi Responden.....	87
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	87
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	88
3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	90
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	91
5. Karakteristik Berdasarkan Lama menjadi Nasabah	93
C. Pengujian Uji Validitas dan Reliabilitas	94

D. Hasil Analisi Data	97
1. Uji Normalitas	97
2. Uji Asumsi Klasik	100
a. Uji Multokolineritas	100
b. Uji Heteroskedastisitas	101
c. Uji Autokorelasi.....	102
E. Analisis Regresi Linier Berganda	102
F. Uji Hipotesis.....	104
a. Uji T (Secara Parsial)	104
b. Uji F (Secara Simultan)	107
G. Uji Koefisien Determinasi.....	108

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah di POKUSMA BMT Pahlawan Cabang Notorejo Tulungagung.....	110
B. Pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah di POKUSMA BMT Pahlawan Cabang Notorejo Tulungagung.....	112
C. Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah di POKUSMA BMT Pahlawan Cabang Notorejo Tulungagung	115
D. Pengaruh reputasi, nilai nasabah dan <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah di POKUSMA BMT Pahlawan Cabang Notorejo Tulungagung	117

BAB : VI PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN