

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam.....	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 .....	xvi
Abstrak .....	xvi
Abstract.....	xvii

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	13
G. Penegasan Istilah .....	14
H. Sistematika Pembahasan .....	17

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Teori Marketing Mix .....	19
------------------------------	----

1. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	19
2. Produk.....	21
3. Harga.....	25
4. Tempat.....	28
5. Promosi.....	31
B. Peran <i>Customer Service</i> .....	33
1. Pengertian <i>Customer Service</i> .....	33
2. Fungsi dan Tugas-Tugas <i>Customer Service</i> .....	33
3. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik.....	35
4. Peranan <i>Customer Service Bank</i> .....	37
C. Keputusan Menjadi Anggota .....	37
1. Pengertian Keputusan .....	37
2. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan.....	38
3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	43
D. Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	45
1. Pengertian Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	44
2. Prinsip <i>Mudharabah</i> dalam Tabungan .....	46
E. Penelitian Terdahulu .....	47
F. Kerangka Konseptual.....	55
G. Hipotesis .....	57

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	59
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	60
1. Populasi .....	60
2. Sampling .....	60
3. Sampel Penelitian .....	61
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	62
1. Sumber Data .....	62
2. Variabel Penelitian .....	63
3. Skala Pengukuran .....	64

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	65
1. Teknik Pengumpulan Data .....	65
2. Instrumen Penelitian .....	65
E. Teknik Analisis Data .....	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
2. Uji Asumsi Klasik .....	70
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
5. Uji Hipotesis .....	72

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	74
1. Sejarah Singkat Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera .....	74
2. Lokasi Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera .....	75
3. Visi dan Misi Koperasi syariah Podo Joyo Sejahtera .....	76
4. Kondisi Organisasi .....	77
5. Produk-Produk Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Blitar .....	78
B. Karakteristik Responden .....	80
1. Jenis Kelamin Responden .....	80
2. Usia Responden .....	81
3. Alamat Responden .....	82
4. Pekerjaan Responden .....	82
C. Analisis Data .....	83
1. Uji Validitas .....	83
2. Uji Reliabilitas .....	84
3. Uji Asumsi Klasik .....	85
4. Uji Regresi Linier Berganda .....	92
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
6. Uji Hipotesis .....	96

**BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, Tempat, Promosi) terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan *Mudharabah* .....100

B. Pengaruh Peran *Customer Service* terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan *Mudharabah* .....105

C. Pengaruh Peran *Customer Service* terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan *Mudharabah* .....106

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 108

B. Saran ..... 110

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**