

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Pengesahan Penguji .....	iv
Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv
Abstract .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
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. Manajemen Pemasaran .....	16
B. <i>Word of Mouth Promotion</i> .....	18
1. Pengertian Promosi .....	18
2. Pengertian <i>Word of Mouth Promotion</i> .....	19
C. <i>Excellent Service</i> .....	20
1. Pengertian Pelayanan .....	20
2. Ciri – ciri Pelayanan yang Baik .....	23
3. Pengertian <i>Excellent Service</i> .....	28
4. Konsep <i>Excellent Service</i> .....	28

5. Pengertian Pelayanan dalam Islam .....	30
D. Keputusan Menjadi Anggota .....	32
1. Pengertian Keputusan .....	32
2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	32
3. Tahap – tahap Pengambilan Keputusan .....	33
E. Teori <i>Batul Maal Wa Tamwil</i> .....	35
F. Teori Tabungan .....	37
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	38
H. Kerangka Konseptual .....	45

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	48
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	50
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	52
E. Teknik Analisis .....	56

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Variabel .....	64
B. Deskripsi Responden .....	68
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	71

### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh <i>Word of Mouth Promotion</i> Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk <i>Funding</i> di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung .....	85
B. Pengaruh <i>Excellent Service</i> Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk <i>Funding</i> di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung .	87
C. Pengaruh <i>Word of Mouth Promotion</i> dan <i>Excellent Service</i> Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk <i>Funding</i> di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung .....	89

### **BAB VI PENUTUP**

A. KESIMPULAN .....	92
B. SARAN .....	93
<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	94
<b>LAMPIRAN</b>	