

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Asumsi Penelitian .....	9
F. Hipotesis Penelitian .....	9
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
H. Definisi Istilah .....	11
I. Kajian Peneliti Terdahulu.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Manajemen Pemasaran .....	15
B. Bauran Pemasaran .....	16

C. Kualitas Pelayanan .....	17
D. Kualitas Produk .....	18
E. Gadai Emas ( <i>Ar-Rahn</i> ) .....	22
F. Kepuasan Nasabah.....	25

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian .....	28
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Sumber Jenis Data .....	31
D. Instrumen Penelitian .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Analisis Data.....	35

### BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data .....	45
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	45
2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden .....	48
3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
4. Uji Instrumen .....	55
5. Uji Asumsi Klasik.....	58
B. Pembuktian Hipotesis .....	63
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
2. Uji t (Parsial).....	64
3. Uji F (Simultan) .....	66
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67

C. Pembahasan .....	67
---------------------	----

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	73
---------------------	----

B. Saran .....	74
----------------	----

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN