

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
F. Asumsi Penelitian.....	17
G. Hipotesis Penelitian.....	18
H. Definisi Istilah.....	18
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	26

A. Manajemen Pemasaran.....	26
B. Marketing Mix 6P.....	29
C. Kualitas Produk.....	38
D. Strategi Pemasaran.....	40
E. Brand Image.....	42
F. Perilaku Konsumen.....	45
G. Minat Menabung.....	50
H. Tabungan mudharabah (TABAH).....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Rancangan Penelitian.....	54
B. Populasi dan Sampel.....	56
C. Instrument Penelitian.....	58
D. Pengumpulan Data.....	60
1. Pengumpulan Data Melalui Angket (kuesioner).....	61
E. Analisis Data.....	61
1. Uji Asumsi Klasik.....	62
2. Uji Hipotesis.....	64
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, PEMBAHASAN.....	69
A. Deskripsi Data.....	69
1. Gambaran Umum Sejarah Berdirinya BMT NU Jatim.....	69
2. Sejarah KSPPS BMT NU Cabang Galis.....	72
3. Visi dan Misi BMT NU Jatim Cabang Galis Pamekasan.....	73
4. Struktur Organisasi BMT NU Jatim Cabang Galis Pamekasan.....	75
5. Deskripsi Data Penelitian dan Responden.....	77
6. Uji Asumsi Klasik.....	87

B. Pembuktian Hipotesis.....	92
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
2. Uji F atau Uji Simultan.....	94
3. Uji T atau Uji Parsial.....	94
4. Koefisien determinasi (R^2).....	97
C. Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	102
DAFTAR RUJUKAN.....	104
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	109
RIWAYAT HIDUP.....	152