

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Asumsi Penelitian	12
F. Hipotesis Penelitian	13
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
H. Definisi Istilah	15
I. Kajian Penelitian Terdahulu	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Pemasaran	21
B. Kualitas Pelayanan	25
C. Kualitas Produk.....	29
D. Kepuasan Anggota.....	33
E. Tabungan <i>Mudharabah</i>	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel.....	44

C. Instrumen Penelitian	46
D. Pengumpulan Data.....	49
E. Analisis Data	50
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	62
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden.....	68
3. Deskripsi Variabel Penelitian	73
4. Uji Instrumen	77
5. Uji Asumsi Klasik.....	79
B. Pembuktian Hipotesis	83
1. Analisis Linier Berganda.....	83
2. Uji t (<i>Parsial</i>).....	85
3. Uji F (<i>Simultan</i>)	87
4. Koefisien Determinasi (R^2)	89
C. Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	