

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-------------------------------------|-----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Asumsi Penelitian..... | 9 |
| E. Hipotesis Penelitian..... | 10 |
| F. Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| G. Ruang Lingkup Penelitian..... | 12 |
| H. Definisi Istilah..... | 15 |
| I. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 20 |
| A. Kajian Teoritik | 20 |
| 1. Kajian Manajemen Pemasaran | 20 |

| | |
|---|------------|
| 2. Kajian <i>Marketing Mix</i> | 20 |
| 3. Kajian <i>Brand Image</i> | 30 |
| 4. Kajian <i>Marketing Communication</i> | 34 |
| 5. Kajian Tabungan <i>Mudharabah</i> | 42 |
| 6. Kajian Kepuasan Nasabah | 45 |
| 7. Hubungan <i>Marketing Mix</i> Dengan Kepuasan Nasabah..... | 50 |
| 8. Hubungan <i>Brand Image</i> Dengan Kepuasan Nasabah | 51 |
| 9. Hubungan <i>Marketing Communication</i> Dengan Kepuasan Nasabah | 52 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 52 |
| A. Rancangan Penelitian | 52 |
| B. Populasi dan Sampel | 55 |
| C. Sumber dan Jenis Data | 56 |
| D. Instrumen Penelitian..... | 58 |
| E. Pengumpulan Data | 61 |
| F. Analisis Data | 6 |
| BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN | |
| A. Deskripsi Data | 77 |
| B. Pembuktian Hipotesis..... | 101 |
| C. Pembahasan..... | 108 |
| BAB V PENUTUP..... | 114 |
| A. Kesimpulan | 114 |
| B. Saran..... | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | 117 |
| LAMPIRAN..... | 122 |

DAFTAR TABEL

Halaman

| | |
|--|-----|
| Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan <i>Mudharabah</i> | 8 |
| Tabel 1.2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3.1 Penyusun Kuesioner..... | 61 |
| Tabel 3.2 Pedoman Kuesioner | 62 |
| Tabel 3.3 Tabel Reabilitas..... | 68 |
| Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Pengembalian Kuesioner | 82 |
| Tabel 4.2 Statistik Deskriptif | 86 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Marketing Mix</i> | 87 |
| Tabel 4.4 Output Data Statistik Deskriptif..... | 88 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> | 89 |
| Tabel 4.6 Output Data Statistik Deskriptif..... | 90 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Marketing Communication</i> | 91 |
| Tabel 4.8 Output Data Statistik Deskriptif..... | 92 |
| Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah..... | 93 |
| Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Validitas..... | 95 |
| Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Reabilitas | 96 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov | 98 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas | 99 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas..... | 100 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Runt Test</i> Autokorelasi | 101 |

| | |
|---|------------|
| Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 102 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)..... | 104 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji T Parsial..... | 106 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)..... | 107 |

Daftar Gambar

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Indikator 4p Bauran Pemasaran | 24 |
| Gambar 2.2 Indikator <i>Brand Image</i> | 34 |
| Gambar 2.3 Indikator <i>Marketing Communication</i> | 39 |
| Gambar 2.4 Indikator Kepuasan Nasabah..... | 48 |
| Gambar 3.1 Desain Operasional Variabel..... | 56 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... | 81 |
| Gambar 4.2 Usia Responden..... | 83 |
| Gambar 4.3 Jenis Kelamin | 84 |
| Gambar 4.4 Pekerjaan Responden | 85 |
| Gambar 4.5 Hasil Grafik P-P Plot..... | 97 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keaslian Tulisan

Lampiran 2 Instrumen Penelitian

Lampiran 3 Hasil Penelitian

Lampiran 4 Surat Tugas Pembimbing

Lampiran 5 Kartu Bimbingan

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian

Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Meneliti

Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 10 Riwayat Hidup