

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Asumsi Penelitian.....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Kegunaan Penelitian.....	12
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
H. Definisi Istilah.....	15
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	29
A. Manajemen Pemasaran.....	29
B. Bauran Pemasaran.....	30
C. <i>Publik Relations</i>	31
D. <i>Qualitty Produk</i>	35
E. <i>Sales Promotion</i>	37
F. Minat Konsumen.....	38
G. Minat Menabung.....	39
H. Tabungan Syariah.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Rancangan Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel.....	47
C. Sumber Data.....	49
D. Instrumen Penelitian.....	49
E. Pengumpulan Data.....	50
F. Analisis Data.....	51
BAB IV DESKRIPSI,PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Deskripsi Data.....	62
1 Profil Koperasi Syariah.....	62
2 Deskripsi Data Penelitian Dan Responden.....	64
B. Pembuktian Hipotesis.....	74
C. Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104
RIWAYAT HIDUP.....	148