

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat	6
E. Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	8
1. Pemasaran	8
2. Strategi Pemasaran	10
3. Strategi Pemasaran Syariah	12
4. Marketing Mix	17
5. Keputusan Nasabah	21
6. Tabungan	23
7. Lembaga Keuangan Syariah	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan	43
B. Populasi dan Sampel	43
C. Identifikasi Variabel	44
D. Variable Operasional	45
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	53
1. Gambaran Obyek Penelitian	53
2. Gambaran Umum Responden	55
3. Analisis Data.....	57
B. Pembahasan	77
1. Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Nasabah ..	77
2. Pengaruh Strategi Tempat Terhadap Keputusan Nasabah	78
3. Pengaruh Strategi Produk Terhadap Keputusan Nasabah.	78
4. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Nasabah.....	79
5. Pengaruh Strategi Orang Terhadap Keputusan Nasabah ..	79
6. Pengaruh Strategi Proses Terhadap Keputusan Nasabah ..	79
7. Pengaruh Strategi Bukti Fisik Terhadap Keputusan Nasabah.....	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tabungan Sirela	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional	45
Tabel 3.2	Skala Likert.....	48
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden	57
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Strategi Harga (X1)	58
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Strategi Tempat (X2).....	59
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Strategi Produk (X3)	60
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Strategi Promosi (X4).....	61
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Strategi Orang (X5).....	62
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Strategi Proses (X6).....	63
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Strategi Bukti Fisik (X7)	64
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y).....	65
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikoleniaritas	67
Taembl 4.15	Hasil Uji Spearman Rho.....	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i>	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Statistik Deskriptif	72
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4.20	Hasil Uji Statistik F.....	75
Tabel 4.21	Hasil Uji Parsial T (Uji-t).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot.....	71

