

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSEMBAHAAN.....	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Model Perilaku Konsumen	11
c. Factor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2. <i>Personal selling</i>	13
a. Pengertian <i>Personal Selling</i>	13
b. Dimensi <i>Personal Selling</i>	16
c. Tujuan <i>Personal selling</i> ...	18
3. <i>Direct Selling</i>	19

a. Pengertian <i>Direct Selling</i> ...	19
b. Indicator <i>Direct Selling</i>	20
4. <i>Relation Marketing</i>	20
a. Pengertian <i>Relation Marketing</i>	20
b. Dimensi <i>Relation Marketing</i>	23
c. Tujuan <i>Relation Marketing</i>	24
5. Kualitas Pelayanan	24
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	24
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	27
6. Kepuasan Nasabah	31
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	31
b. Pengukuran Kepuasan Nasabah	32
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis	36
1. Pengaruh Personal Selling (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)..	37
2. Pengaruh Direct Selling (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	38
3. Pengaruh Relationship Marketing (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	38
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X4) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
1. Jenis Penelitian	41

2. Pendekatan Penelitian	41
B. Sumber Data	41
1. Sumber Data Primer	41
2. Sumber Data Sekunder	42
C. Populasi dan Sampel	42
D. Tata Variabel Penelitian	43
E. Definisi Operasional	44
F. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Kuesoner	47
2. Dokumentasi	48
3. Observasi	48
G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	49
H. Uji Asumsi Klasik	50
I. Uji Statistik	52

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan BMT Fastabiq Cabang Mayong, Jepara	
1. Sejarah Berdirinya BMT Fastabiq Cabang Mayong, Jepara.....	54
2. Visi, Misi dan Tujuan BMT Fastabiq	56
3. Prestasi yang Dicapai	56
4. Struktur Organisasi BMT Fastabiq	57
5. Unit Kegiatan Usaha	58
B. Gambaran Umum Responden	59
C. Deskripsi Data	61
1. Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Personal Selling</i>	61
2. Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Direct Selling</i>	62
3. Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Relation Marketing</i>	62

4. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan	63
5. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Nasabah.....	63
D. Pengujian Data	
1. Uji Instrumen Penelitian	64
2. Uji Asumsi Klasik	67
3. Persamaan Regresi Linier Berganda	70
4. Uji Hipotesis	72
a. Uji f	72
b. Uji t	73
E. PEMBAHASAN	73
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian	80
C. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN