

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Loyalitas Anggota.....	8
1. Pengertian Loyalitas	8
2. Loyalitas dalam Islam.....	11
3. Merancang Loyalitas	12
4. Indikator Loyalitas.....	16
B. <i>Relationship Marketing</i>	16
1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	16
2. Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	19
3. Proses <i>Relationship Marketing</i>	20
4. Pendekatan <i>Relationship Marketing</i>	20
5. Indikator <i>Relationship Marketing</i>	23
C. Kualitas Pelayanan	23
1. Pengertian Pelayanan.....	23
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
3. Model Kualitas Jasa.....	27
4. Kualitas Pelayanan dalam Islam	28
5. Indikator Kualitas Pelayanan	29

D. Promosi	29
1. Pengertian dan Tujuan Promosi.....	29
2. Bauran Promosi.....	31
3. Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi...32	
4. Indikator promosi.....	33
E. Penelitian Terdahulu	34
F. Kerangka Berpikir.....	39
G. Hipotesis.....	40

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan	43
1. Jenis Penelitian.....	43
2. Pendekatan Penelitian.....	43
B. <i>Setting</i> penelitan	44
C. Populasi Dan Sampel	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian.....	44
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	45
1. Desain Variabel.....	45
2. Definisi Operasional Variabel... ..	46
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
1. Uji Validitas Instrumen.....	49
2. Uji Reliabilitas Instrumen	49
F. Uji Asumsi Klasik	50
1. Uji Autokorelasi... ..	50
2. Uji Multikolonieritas... ..	50
3. Uji Normalitas.....	51
4. Uji Heteroskedestisitas... ..	51
G. Teknik Pengumpulan Data	52
1. Dokumentasi.....	52
2. Kuesioner (Angket)	52
H. Teknik Analisis Data.....	53
1. Analisis Regresi Berganda.....	53
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)	54
3. Koefisien Determinasi (R^2)	54

BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian	55
1. Gambaran Umum BMT Mubarakah Kudus ..	55
2. Gambaran Umum Responden.....	61
3. Deskripsi Angket	64

4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen ..	67
5. Statistik Deskriptif	68
6. Uji Asumsi Klasik	70
7. Analisis Data.....	73
B. Pembahasan Hasil Penelitian	75
1. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas	75
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota	76
3. Pengaruh Promosi terhadap Kualitas Pelayanan.....	77
C. Implikasi Penelitian.....	78
1. Implikasi Teoritik.....	78
2. Implikasi Praktek	78
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran	81
D. Penutup	81

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah Akad Pembiayaan Musiman Tahun 2014-2017	5
Tabel 2.1	: Hasil Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	: Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3.2	: Kriteria Autokorelasi	50
Tabel 3.3	: Skala Likert	53
Tabel 4.1	: Rincian Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner ...	62
Tabel 4.2	: Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.3	: Umur Responden	63
Tabel 4.4	: Pendidikan Responden	63
Tabel 4.5	: Hasil Jawaban Variabel <i>Relationship Marketing</i>	64
Tabel 4.6	: Hasil Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.7	: Hasil Jawaban Variabel Promosi	65
Tabel 4.8	: Hasil Jawaban Variabel Loyalitas	66
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas Instrumen	67
Tabel 4.10	: Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.11	: Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.12	: Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.13	: Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.15	: Hasil Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.16	: Uji t	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1	: Hasil Uji Normalitas	71
Gambar 4.2	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	72

