

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.4 Jasa	15
2.1.4.1 Pengertian Jasa	15
2.1.4.2 Karakteristik Jasa	16
2.1.4.3 Klasifikasi Jasa	18
2.1.5 Kualitas Pelayanan Jasa	20
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Dan Kualitas Pelayanan Jasa	22
2.1.5.2 Mengukur Kualitas Pelayanan Jasa	23
2.1.6 Reputasi Perusahaan	25

2.1.6.1 Dimensi Reputasi.....	27
2.1.7 Niat Beli.....	30
2.1.7.1 Indikator Niat Beli.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	38
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
3.1.2 Visi Bank BRI Syariah.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.6 Skala Pengukuran.....	44
3.7 Analisis Pengolahan Data.....	45
3.7.1 Uji Validitas.....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	47
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	48
3.7.5 Uji Signifikansi (Uji t).....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	51
4.1.2 Data Demografi Nasabah.....	52
4.1.3 Pengujian Data.....	54
4.1.3.1 Analisis Pengujian Validitas.....	54

4.1.3.2 Pengujian Reliabilitas	57
4.1.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	59
4.1.4.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	60
4.1.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Reputasi perusahaan.....	76
4.1.4.3 Persepsi Responden mengenai Niat Beli Nasabah Untuk Menggunakan Produk Tabungan Haji BRI syariah Ib	86
4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi perusahaan Terhadap Niat Beli Nasabah Untuk Menggunakan Produk Tabungan Haji BRI syariah Ib pada Bank BRI Syariah Unit Citarum Secara Parsial	89
4.2.1 Analisis Korelasi.....	89
4.2.2 Koefisien Determinasi	91
4.2.3 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	92
4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi perusahaan Terhadap Niat nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Haji BRI syariah IbSecara Simultan.....	95
4.3.1 Analisis Koefisien <i>rank spearman</i>	95
4.3.2 Koefisien Determinasi	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN