

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kualitas Pelayanan.....	8
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
b. Kriteria Kualitas Pelayanan.....	9
c. Atribut Kualitas Pelayanan.....	11
d. Rantai Kualitas Pelayanan.....	13
2. Etika Pemasar.....	15
a. Pengertian Etika Pemasar.....	15
b. Etika Tenaga Pemasaran Syariah.....	17
c. Ciri-Ciri Etika.....	24
d. Faktor yang Mempengaruhi Etika.....	26

3.	Kepuasan Nasabah.....	27
a.	Pengertian Kepuasan Nasabah.....	27
b.	Cara Mengukur Kepuasan Nasabah.....	29
c.	Strategi Kepuasan Nasabah.....	34
d.	Manfaat Kepuasan Nasabah.....	37
e.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	38
B.	Penelitian Terdahulu.....	41
C.	Kerangka Pemikiran.....	43
D.	Hipotesis.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		50
A.	Metode Penelitian.....	50
B.	Operasional Variabel.....	51
C.	Populasi dan Sampel.....	56
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	57
E.	Instrumen Penelitian.....	59
F.	Uji Persyaratan Analisis.....	66
G.	Teknik Analisis Data.....	68
H.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		76
A.	Kondisi Objektif BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	76
1.	Sejarah Berdirinya BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	76
2.	Visi dan Misi BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	77
3.	Struktur Organisasi BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	78
4.	Data Produk BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	79
B.	Hasil Penelitian.....	92
1.	Uji Persyaratan Analisis Data.....	92
2.	Deskripsi Data.....	97
3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	106

C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	115
2. Pengaruh Etika Pemasar terhadap Kepuasan Nasabah.....	117
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Etika Pemasar terhadap Kepuasan Nasabah.....	119
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	123
A. Simpulan.....	123
B. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	52
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Etika Pemasar (X2)	53
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	55
Tabel 3. 4 Daftar Skor Positif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya....	59
Tabel 3. 5 Daftar Skor Negatif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya...	60
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen	61
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	62
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Etika Pemasar (X2)	63
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	63
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	64
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Etika Pemasar (X2)	65
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	65
Tabel 3. 13 Interpretasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	69
Tabel 3. 14 Interpretasi Variabel Etika Pemasar (X2)	69
Tabel 3. 15 Interpretasi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	69
Tabel 3. 16 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ...	72
Tabel 3. 17 Waktu Penelitian	75
Tabel 4. 1 Uji Normalitas	92
Tabel 4. 2 Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	93
Tabel 4. 3 Hasil Uji Linieritas Variabel Etika Pemasar (X2)	93

Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4. 6 Hasil Uji Autokorelasi	96
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	97
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	98
Tabel 4. 9 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	99
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Etika Pemasar	100
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Etika Pemasar	100
Tabel 4. 12 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Etika Pemasar	102
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah	103
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah	103
Tabel 4. 15 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Kepuasan Nasabah	105
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	106
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	107
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi R^2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	107
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Korelasi Etika Pemasar Terhadap Kepuasan Nasabah	109

Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Etika Pemasar Terhadap Kepuasan Nasabah	110
Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi R^2 Etika Pemasar Terhadap Kepuasan Nasabah	110
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Korelasi Berganda	112
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Berganda	113
Tabel 2. 24 Hasil Uji F	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rantai Kualitas Pelayanan.....	14
Gambar 2. 2 Manfaat Kepuasan Nasabah.....	37
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.....	78
Gambar 4. 2 TabunganKu.....	79
Gambar 4. 3 Tabungan KotaKu.....	80
Gambar 4. 4 Tabungan Qurban.....	81
Gambar 4. 5 Tabungan Haji dan Umroh.....	82
Gambar 4. 6 Tabungan Hari Raya (THR)	84
Gambar 4. 7 Tabungan SimPel iB.....	85
Gambar 4. 8 Deposito Madani.....	86
Gambar 4. 9 Murabahah.....	88
Gambar 4. 10 Histogram Variabel Kualitas Pelayanan.....	99
Gambar 4. 11 Histogram Variabel Etika Pemasar.....	101
Gambar 4. 12 Histogram Variabel Kepuasan Nasabah.....	104