

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Abstrak	x
Daftar Isi	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	9
C. Rumusan Masalah	11
D. Batasan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Sikap Responsif	15
1. Pengertian Sikap	15
2. Ciri-ciri Sikap	16
3. Faktor Yang Mempengaruhi Sikap	16
4. Sikap Responsif.....	18
B. Komunikasi Marketing	18
1. Definisi Komunikasi	18
2. Bentuk- bentuk Komunikasi	21
3. Hambatan Komunikasi dan Mengatasi Hambatan Komunikasi	23

C. Marketing Syariah	23
1. Pengertian Marketing	23
2. Prinsip Marketing Syariah	26
3. Karakteristik Marketing Syariah.....	49
D. Kepercayaan Nasabah	51
1. Pengertian Kepercayaan	51
2. Aspek-Aspek Kepercayaan	54
E. Penelitian Terdahulu	54
F. Kerangka Berfikir	56
G. Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	60
B. Sumber Data	60
C. Populasi dan Sampel Penelitian	61
D. Tata Variabel Penelitian	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Definisi Operasional	63
G. Metode Analisis Data	65
H. Uji Asumsi Klasik	66
I. Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	71
1. Sejarah Perkembangan BMT MADE Demak.....	71
2. Letak Geografis BMT MADE Demak.....	72
3. Visi, Misi, dan Motto BMT MADE Demak	73
4. Struktur Organisasi BMT MADE Demak	74
5. Produk-produk BMT MADE Demak	77
B. Deskripsi Responden Penelitian	79
1. Gambaran Umum Responden	79
C. Deskripsi Variabel Penelitian	87
1. Deskripsi Variabel Non Responden	88

a. Deskripsi Variabel Non Responden Sikap Responsif	88
b. Deskripsi Variabel Non Responden Kemampuan Komunikasi.....	90
c. Deskripsi Variabel Non Responden Penerapan Prinsip Marketing Syariah.....	93
d. Deskripsi Variabel Non Responden Peningkatan Kepercayaan Nasabah	96
D. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.	98
1. Hasil Uji Validitas	99
2. Hasil Uji Reabilitas Instrumen.....	107
3. Deskripsi Variabel Responden	112
a. Deskripsi Variabel Sikap Responsif.....	112
b. Deskripsi Variabel Kemampuan Komunikasi.....	114
c. Deskripsi Variabel Penerapan Prinsip Marketing Syariah	117
d. Deskripsi variabel Peningkatan Kepercayaan Nasabah	120
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	122
1. Uji Multicollonearity	122
2. Uji Homoskedatisitas	124
3. Uji Autokorelasi	125
4. Uji Normalitas	125
F. Hasil Penguji Hipotesis	127
1. Uji Koefisien Determinasi	128
2. Analisis Sampling.....	128
3. Uji Signifikan Parameter Individu (Uji Statistik T)	130

a.	Hasil Uji Sikap Responsif Terhadap Peningkatan Kepercayaan Nasabah.....	130
b.	Hasil Uji Kemampuan Komunikasi Terhadap Peningkatan Kepercayaan Nasabah	131
c.	Hasil Uji Penerapan Prinsip Marketing Syariah Terhadap Peningkatan Kepercayaan Nasabah...	131
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	132
1.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	132
2.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	133
3.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	135
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	136
B.	Keterbatasan Penelitian	138
C.	Saran	138
D.	Penutup	139
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		