

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTAPERSETUJUANPEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Promosi.....	15
a. Pengertian Promosi.....	15
b. Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	16
c. Tujuan Promosi	17
d. Jenis – Jenis Promosi	18
e. Indikator Promosi	19
f. Promosi dalam Perspektif Islam	19
1. <i>Brand Image</i>	21
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	21
b. Elemen-Elemen <i>Brand Image</i>	22
c. Indikator <i>Brand Image</i>	24

d. <i>Brand Image</i> dalam Perspektif Islam	25
2. Inovasi Layanan.....	28
a. Pengertian Inovasi Layanan	28
b. Jenis Inovasi	30
c. Fokus Inovasi.....	31
d. Indikator Inovasi Layanan ...	32
e. Inovasi Menurut Islam	33
3. Keputusan Penggunaan Jasa	34
a. Pengertian Keputusan Penggunaan Jasa	34
b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa	35
c. Indikator Keputusan Penggunaan Jasa	35
d. Keputusan Penggunaan Jasa menurut Islam	36
A. Penelitian Terdahulu.....	40
B. Kerangka Berpikir	46
C. Hipotesis.....	47
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Jasa.....	48
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Jasa.....	48
3. Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Jasa.....	49
4. Pengaruh Promosi, <i>Brand Image</i> dan Inovasi Layanan terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Jasa.....	50

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
---	----

B. Populasi dan Sampel	51
C. Identifikasi Variabel	53
D. Variabel Operasional	54
E. Teknik Pengumpulan Data	56
F. Teknik Analisis Data	57
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	57
a. Uji Validitas Instrumen.....	57
b. Uji Reliabilitas Instrumen....	57
2. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Heterokedastisitas	58
c. Uji Multikolinearitas.....	59
3. Analisis Deskriptif	60
4. Uji Hipotesis	61
a. Analisis Regresi Berganda...	61
b. Uji t Parsial.....	62
c. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F).....	62
d. Koefisien Determinasi	64

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	67
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
a. Profil BMT Mubarakah Undaan Kudus	67
b. Visi dan Misi BMT Mubarakah Undaan Kudus ..	68
c. Jenis Produk dan Layanan BMT Mubarakah Undaan Kudus	69
d. Jaringan Kantor BMT Mubarakah Undaan Kudus ..	70

e. <i>Networking</i> dan <i>Linkage</i> BMT Mubarakah Undaan Kudus	70
f. Gambaran Umum Responden	70
2. Analisis Data	73
a. Deskripsi Data	73
1) Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi (X1)	73
2) Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand</i> <i>Image</i> (X2)	74
3) Tanggapan Responden Berdasarkan Inovasi Layanan (X3).....	75
4) Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Penggunaan Produk (Y)..	77
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	78
1) Uji Instrumen Penelitian .	78
2) Uji Reliabilitas	81
c. Uji Asumsi Klasik	82
1) Uji Normalitas	82
2) Uji Heteroskedastisitas ...	85
3) Uji Multikolonieritas	86
d. Uji Hipotesis	86
1) Analisis Regresi Berganda.....	86
2) Uji t Parsial.....	88
3) Uji Statistik F.....	91
4) Koefisien Determinasi	92

B. Pembahasan	94
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Produk	94
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Penggunaan Produk	96
3. Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Produk	97
4. Pengaruh Promosi, <i>Brand Image</i> dan Inovasi Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Produk	98

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1	Definisi Operasional.....	54
4.1	Profil Responden.....	71
4.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi (X1).....	73
4.3	Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand Image</i> (X2).....	75
4.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Inovasi Layanan (X3).....	76
4.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Penggunaan Produk (Y).....	77
4.6	Uji Validitas Promosi.....	78
4.7	Uji Validitas <i>Brand Image</i>	79
4.8	Uji Validitas Inovasi Layanan.....	80
4.9	Uji Validitas Keputusan Penggunaan Produk.....	81
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	82
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	86
4.12	Hasil Regresi Linier Berganda.....	87
4.13	Hasil Uji t.....	88
4.14	Hasil Uji Statistik F.....	92
4.15	Hasil Koefisien Determinasi.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Berpikir	47
	4.1	Hasil Uji Normalitas	83
	4.2	Hasil Uji Normalitas	84
	4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	85

