

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS .....	12
A. Konsep Karakteristik dan Marketing .....	12
B. Konsep Marketing Syariah .....	15
C. Konsep Minat Nasabah .....	25
D. Konsep Penghimpunan Dana Tabungan BMT .....	28
E. Tinjauan Penelitian Relevan .....	31
F. Variabel Penelitian .....	32
G. Konsep Operasional .....	33
H. Kerangka Konseptual .....	33
I. Hipotesis .....	34

BAB III	METODE PENELITIAN .....	35
	A. Jenis Penelitian .....	35
	B. Lokasi dan waktu penelitian .....	35
	C. Subjek dan Objek Penelitian .....	36
	D. Populasi dan Sampel .....	36
	E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
	F. Teknik Pengolahan dan Analisa Data .....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	45
	1. Sejarah Berdiri BMT Al-Amin Pekanbaru .....	45
	2. Legalitas BMT Al-Amin .....	47
	3. Visi dan Misi BMT Al-Amin Pekanbaru .....	47
	4. Fungsi dan Tujuan BMT Al-Amin Pekanbaru .....	48
	5. Struktur Organisasi BMT Al-Amin .....	50
	6. Produk-Produk BMT Al-Amin Pekanbaru .....	52
	B. Deskripsi Temuan Penelitian .....	55
	1. Identitas Responden .....	55
	2. Pengaruh Penerapan Karakteristik Marketing Syariah - Terhadap Peningkatan Minat Nasabah Produk Tabungan- Di BMT Al-Amin Pekanbaru .....	59
	C. Analisis Data .....	82
	D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
BAB V	PENUTUP .....	96
	A. Kesimpulan .....	96
	B. Saran .....	97

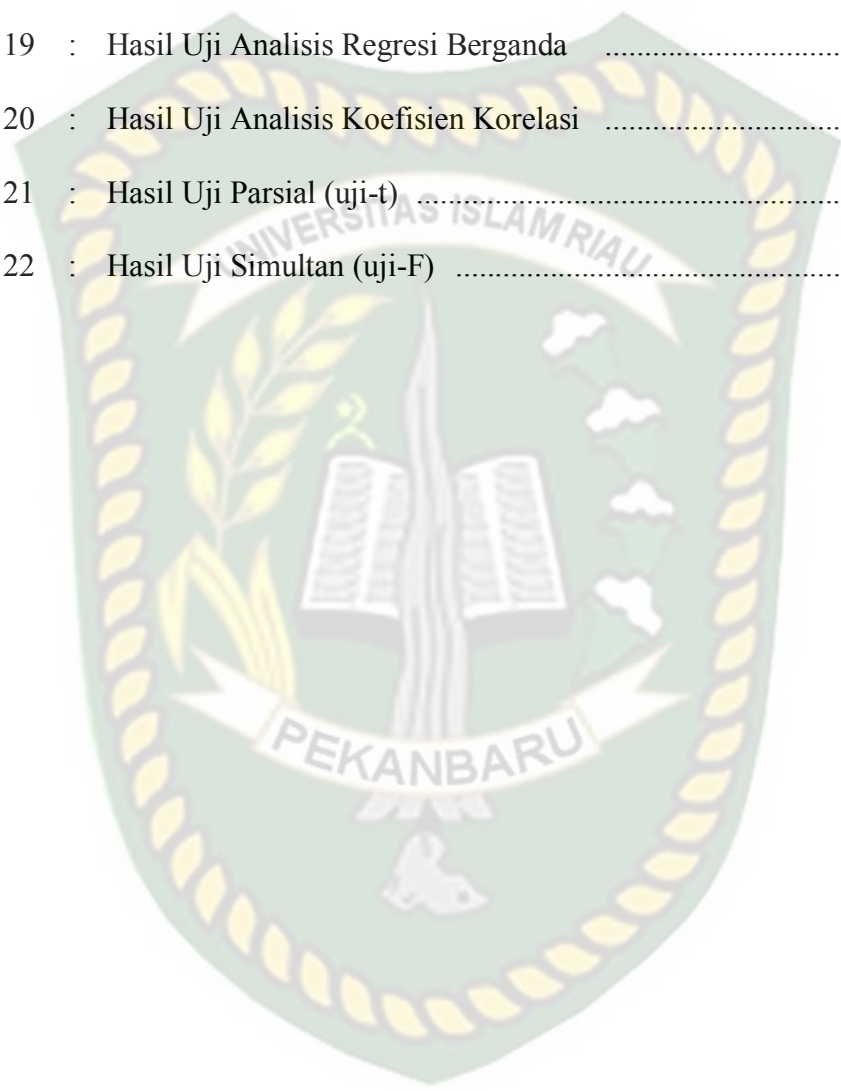
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Data Tingkat Perkembangan Jumlah Tabungan dan Jumlah Nasabah - Tabungan BMT Al-Amin Pekanbaru Tahun 2014-2017 .....	7
Tabel 2	: Konsep Operasional .....	33
Tabel 3	: Waktu dan Jadwal Kegiatan Penelitian .....	35
Tabel 4	: Interpretasi Koefisien Korelasi .....	43
Tabel 5	: Tingkatan Umur Responden .....	56
Tabel 6	: Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 7	: Tingkat Pendidikan Responden .....	58
Tabel 8	: Rekapitulasi Penerapan Karakteristik Rabbaniyyah (X <sub>1</sub> ) .....	59
Tabel 9	: Rekapitulasi Penerapan Karakteristik Akhlaqiyyah (X <sub>2</sub> ) .....	62
Tabel 10	: Rekapitulasi Penerapan Karakteristik Al-Waqi'iyah (X <sub>3</sub> ) .....	65
Tabel 11	: Rekapitulasi Penerapan Karakteristik Al-Insyaniyyah (X <sub>4</sub> ) .....	69
Tabel 12	: Minat Nasabah Tabungan berdasarkan Motivasi (Y) .....	73
Tabel 13	: Minat Nasabah Tabungan berdasarkan Pemahaman (Y) .....	76
Tabel 14	: Minat Nasabah Tabungan berdasarkan Kepribadian (Y) .....	79
Tabel 15	: Hasil Uji Validitas Variabel Penerapan Karakteristik - Marketing Syariah (X) .....	83
Tabel 16	: Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Minat Nasabah – Produk Tabungan (Y) .....	84

Tabel 17	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Karakteristik - Marketing Syariah (X) .....	85
Tabel 18	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Minat Nasabah – Produk Tabungan (Y) .....	86
Tabel 19	: Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	87
Tabel 20	: Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi .....	89
Tabel 21	: Hasil Uji Parsial (uji-t) .....	90
Tabel 22	: Hasil Uji Simultan (uji-F) .....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 2	: Struktur Organisasi Kopsyah BMT Al-Amin Pekanbaru - Periode 2016 – 2020 .....	51

