

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Grafik	xvi
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xx
Abstract	xxi

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	14
H. Sistematika Pembahasan Skripsi	16

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	18
1. Definisi Perilaku Konsumen	18
2. Produk dan Perilaku Konsumen	19
B. Minat	20
1. Pengertian Minat	20
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat	23
3. Macam-Macam Minat	24
4. Minat dalam Pandangan Islam	26
C. Religiusitas	27
1. Pengertian Religiusitas	27
2. Dimensi – Dimensi Religiusitas	29
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	31

D. Produk	32
1. Pengertian Produk	32
2. Tingkatan Produk	33
3. Daur Hidup Produk	35
4. Produk – Produk Perbankan Syariah	37
E. Promosi.....	48
1. Pengertian Promosi	48
2. Tujuan Promosi	49
3. Strategi Bauran Promosi	50
4. Karakteristik Syariah Marketing	57
5. Etika Pemasaran	58
F. Keputusan Nasabah	60
1. Pengertian Keputusan	60
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	63
3. Proses Pengambilan Keputusan	67
4. Pengertian Nasabah	70
G. Perbankan Syariah	71
1. Pengertian Bank Syariah	71
2. Dasar Hukum Bank Syariah	73
3. PT Bank Muamalat Indonesia	78
H. Kajian Penelitian Terdahulu	79
I. Kerangka Konseptual	87

J. Hipotesis Penelitian	88
-------------------------------	----

BAB : III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	90
B. Populasi, Sampling dan Sampel	90
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	92
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	95
E. Teknik Analisis Data	98

BAB: IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Singkat Objek Penelitian	109
B. Deskripsi Responden	111
1. Karakteristik berdasarkan jenis produk	112
2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	112
3. Karakteristik berdasarkan usia	113
4. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	114
5. Karakteristik berdasarkan penghasilan	114
6. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir	115
C. Analisis Data	116
1. Uji Keabsahan Data	116
2. Uji Normalitas Data.....	119
3. Uji Asumsi Klasik	121
4. Analisis Regresi Linier Berganda	125
5. Uji Hipotesis	128
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	133

BAB V: PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Minat terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar 134
- B. Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar 136
- C. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar 137
- D. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar 139
- E. Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar 142

BAB VI: PENUTUP

- A. Kesimpulan 144
- B. Saran 145

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN