

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xix
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah	8
G. Penegasan Istilah.....	9

H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II: LANDASAN TEORI	12
A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah	12
a. Pengertian Manajemen Pemasaran Bank Syariah	12
b. Tujuan Pemasaran Bank	14
c. Starategi Pemasaran Bank Syariah	15
d. Pemasaran dalam Perspektif Syariah	18
B. Perbankan Syariah	20
C. Pengertian Perbankan Syariah	20
a. Fungsi Perbankan Syariah	23
b. Peran Perankan Syariah	24
c. Tujuan Perbankan Syariah	26
d. Produk Perbankan	26
D. Religiusitas	34
a. Pengertian Religiusitas	34
b. Faktor pengaruh religiusitas	35
c. Dimensi Religiusitas	36
d. Karakteristik Perilaku Religius	37
E. Promosi	38
a. Pengertian Promosi	38
b. Tujuan Promosi	39
c. Sarana Promosi	40

F. Kualitas Pelayanan	41
a. Pengerian Kualitas Pelayanan	41
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	42
G. Minat Menabung	43
a. Pengertian Minat Menabung	43
b. Faktor pengaruh Minat	45
c. Indikator Minat	47
d. Batasan Minat	48
e. Aspek Minat	48
H. Hubungan Sikap Religiusitas terhadap Minat Menabung	48
I. Hubungan Promosi terhadap Minat Menabung	50
J. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung	52
K. Religiusitas Promosi dan Kualitas Pelayanan pada persektif Islam	53
L. Penelitian Terdahulu	56
M. Kerangka Konseptual	58
N. Mapping Variabel	61
O. Hipotesis Penelitian	63
BAB III: METODE PENELITIAN	65
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	65
1. Pendekatan	65
2. Jenis Penelitian	65

B. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	66
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	66
1. Populasi	66
2. Sampel	67
3. Teknik Sampling	67
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	68
1. Sumber Data	68
2. Variabel	69
3. Skala Pengukuran	70
E. Teknik Pengumpulan Data	70
F. Analisis Data	71
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
2. Uji Normalitas	74
3. Uji Asumsi Klasik	75
4. Analisis Regresi Linier Berganda	76
5. Uji T	76
6. Uji F	77
7. Koefisien determinasi	78
G. Definisi Konsep dan Operasional	78
1. Variabel Religiusitas	79
2. Variabel Promosi	79
3. Variabel Kualitas Pelayanan	80
4. Variabel Minat	81

BAB IV: HASIL PENELITIAN	82
A. Deskripsi Objek Penelitian	82
1. Sejarah IAIN Tulungagung	82
2. Visi dan Misi	83
3. Struktur Organisasi IAIN Tulungagung	84
4. Fasilitas	84
B. Deskripsi Data	85
C. Analisa Data	86
D. Deskripsi Variabel	86
1. Deskripsi Responden Variabel Religiusitas (X1)	86
2. Rangkuman Deskripsi Responden Variabel Religiusitas (X1)	94
3. Deskripsi Responden Variabel Promosi (X2)	94
4. Rangkuman Deskripsi Responden Variabel (X2)	101
5. Deskripsi Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	101
6. Rangkuman Deskripsi Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	109
7. Deskripsi Responden Variabel Minat Menabung (Y)	110
8. Rangkuman Deskripsi Responden Variabel Minat Menabung (Y)	116
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	116
F. Uji Validitas	116

G. Uji Reliabilitas	119
H. Uji Normalitas	120
I. Uji Asumsi Klasik	121
a. Uji Multikolinieritas	121
b. Uji Heterokedastisitas	122
J. Analisis Regresi Linier Berganda	123
K. Uji Hipotesis	126
a. Uji T	126
b. Uji F	130
L. Koefisien Determinasi	131
M. Analisis Koesioner	132
a. Korelasi Indikator Variabel terhadap Teori	132
b. Hubungan Teori-Teori terhadap Variabel	148
BAB V: PEMBAHASAN	153
A. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah	153
B. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah	155
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Syariah	157
D. Pengaruh Religiusitas, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah	159