

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sam pul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	14
G. Penegasan Istilah	15
H. Sistematika Penulis Skripsi	18

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah	20
1. Pemasaran Bank Syariah.....	20
2. Religiusitas	23
3. <i>E-Banking</i>	26
4. Kualitas Pelayanan	31

5. Keputusan Menabung.....	35
B. Bank Syariah	41
C. Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung	43
D. Hubungan <i>E-Banking</i> terhadap Keputusan Menabung	44
E. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung.....	45
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	46
G. Kerangka Konseptual	51
H. Mapping, Teori, dan Indikator.....	52
I. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Populasi Sampling dan Sampel Penelitian.....	59
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	62
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	65
E. Analisis Data	67
F. Definisi Konsep dan Operasional	75
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
B. Karakteristik Responden	91
C. Hasil Penelitian	93
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.....	128
B. Pengaruh <i>E-Banking</i> terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.....	131
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.....	133
D. Pengaruh Religiusitas, <i>E-Banking</i> , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah	

.....	136
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	138
B. Saran.....	139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN