

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Skripsi.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah.....	15
1. Pemasaran.....	15

2. Perbankan Syariah.....	19
B. Religiusitas	26
1. Pengertian Religiusitas	26
2. Dimensi Religiusitas.....	27
3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Religiusitas.....	30
C. Motivasi.....	31
1. Pengertian Motivasi.....	31
2. Fungsi Motivasi.....	32
3. Tujuan Motivasi	33
4. Proses Motivasi	33
5. Indikator Motivasi.....	35
6. Teori Motivasi	35
D. Bauran Pemasaran	38
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	38
2. Macam-macam Bauran Pemasaran	39
E. Pengambilan Keputusan	46
1. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	46
2. Tahapan Pengambilan Keputusan	48
F. Hubungan Religiusitas dengan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah.....	50
G. Hubungan Motivasi dengan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah.....	50
H. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah	51
I. Hasil Penelitian Terdahulu	52

J. Kerangka Konseptual	57
K. Mapping Variabel Teori dan Indikator Penelitian.....	58
L. Hipotesis Penelitian.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	61
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	63
D. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	65
E. Tehnik Analisis Data.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	76
1. Sejarah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	76
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	78
3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	79
B. Tehnik Analisis Data.....	81
1. Statistik Deskriptif.....	81
a. Jenis Kelamin	81
b. Jurusan	82
2. Uji Validitas	82
a. Uji Validitas Religiusitas (X1).....	83
b. Uji Validitas Motivasi (X2).....	83
c. Uji Validitas Bauran Pemasaran (X3).....	84
d. Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah (Y).....	84
3. Uji Reabilitas.....	85
4. Uji Asumsi Klasik	85

a. Uji Normalitas	86
b. Uji Multikolinearitas	89
c. Uji Heteroskedastisitas.....	90
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
6. Uji Hipotesis.....	93
a. Uji T (Parsial).....	94
b. Uji F (Simultan).....	96
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97
BAB V PEMBAHASAN	98
A. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 Menjadi Nasabah di Bank Syariah	98
B. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 Menjadi Nasabah di Bank Syariah	99
C. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 Menjadi Nasabah di Bank Syariah	101
D. Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2018 Menjadi Nasabah di Bank Syariah.....	102

E. Variabel Dominan yang berpengaruh terhadap keputusan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 Menjadi Nasabah di Bank Syariah	103
BAB VI PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	