

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman sampul Dalam .....	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing .....	iii
Lembar Pengesahan Penguji .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Grafik .....	xvi
Daftar Gambar .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
Abstrak .....	xix
Abstract .....	xx

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian .....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. <i>Islamic Branding</i> .....	19
1. Pengertian <i>Islamic Branding</i> .....	19
2. Tipe <i>Islamic Branding</i> .....	20
3. Indikator <i>Islamic Branding</i> .....	21
B. Bank Syariah .....	28
1. Pengertian Bank Syariah .....	28
2. Asas, Tujuan, dan Fungsi Bank Syariah .....	29
3. Karakteristik Bank Syariah .....	31
C. Keputusan .....	32
1. Pengertian Keputusan .....	32
2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku .....	33
3. Indikator Keputusan .....	35
D. Kajian Penelitian Terdahulu .....	36
E. Hubungan Antar Variabel .....	42
F. Kerangka Konseptual .....	45
G. Hipotesis .....	47

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	50
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel Penelitian .....	51
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	53
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian ....	56
E. Analisis Data .....	60

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
1. Sejarah Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	66
2. Visi Misi Bank Muamalat Indonesia .....	68
3. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	69

B. Analisis Deskriptif .....	71
1. Deskriptif Karakteristik Responden .....	71
2. Deskriptif Variabel .....	72
C. Analisis Data .....	88
1. Uji Instrumen Data .....	88
a. Uji Validitas .....	88
b. Uji Reabilitas .....	94
2. Uji Asumsi Klasik .....	96
a. Uji Normalitas .....	96
b. Uji Multikolinieritas .....	98
c. Uji Heteroskedastisitas .....	99
d. Uji Autokorelasi .....	100
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	100
4. Uji Hipotesis .....	104
a. Uji Simultan (Uji F).....	104
b. Uji Parsial (Uji T) .....	105
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	110

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Pentingnya Merek, Keakraban Merek, Kepercayaan Konsumen, dan Label Halal Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	112
B. Pengaruh Pentingnya Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	115
C. Pengaruh Keakraban Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	118
D. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat	

KCP Tulungagung .....	121
E. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	124

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	128
B. Saran .....	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
2.1 Kerangka Konseptual .....	46
3.1 Instrumen Penelitian .....	57
4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	69
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung .....	71
4.3 Jenis Kelamin Responden .....	72
4.4 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 1 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	73
4.5 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 2 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	74
4.6 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 3 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	74
4.7 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 4 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	75
4.8 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 5 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	75
4.9 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 6 Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	76
4.10 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 1 Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	77
4.11 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 2 Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	77
4.12 Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 3 Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	78

4.13	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 4 Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	78
4.14	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 5 Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	79
4.15	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 1 Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	79
4.16	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 2 Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	80
4.17	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 3 Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	81
4.18	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 1 Variabel Label Halal ( $X_4$ ).....	81
4.19	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 2 Variabel Label Halal ( $X_4$ ).....	82
4.20	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 3 Variabel Label Halal ( $X_4$ ).....	83
4.21	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 4 Variabel Label Halal ( $X_4$ ) .....	83
4.22	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 1 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	84
4.23	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 2 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	85
4.24	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 3 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	85
4.25	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 4 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	86
4.26	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 5 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	86
4.27	Frekuensi Jawaban Angket Pernyataan 6 Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Tulungagungh (Y) ....	87

4.28	Uji Validitas Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	89
4.29	Uji Validitas Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	90
4.30	Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	91
4.31	Uji Validitas Variabel Label Halal ( $X_4$ ) .....	92
4.32	Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung (Y) .....	93
4.33	Uji Reabilitas Variabel Pentingnya Merek ( $X_1$ ) .....	94
4.34	Uji Reabilitas Variabel Keakraban Merek ( $X_2$ ) .....	95
4.35	Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	95
4.36	Uji Reabilitas Variabel Label Halal ( $X_4$ ) .....	95
4.37	Uji Reabilitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung (Y) .....	96
4.38	Uji Normalitas Data .....	97
4.39	Uji Murtikolinieritas .....	98
4.40	Uji Heteroskedastisitas .....	99
4.41	Uji Autokorelasi .....	100
4.42	Uji Regresi Linier Berganda .....	101
4.43	Uji F Secara Simultan.....	105
4.44	Uji T Secara Parsial .....	106
4.45	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	110

## DAFTAR GRAFIK

Grafik	Hal.
1.1	Perkembangan Total Aset Bank Umum Syariah Tahun 2019-2021 ..... 3
1.2	Perkembangan <i>Return on Assets</i> (ROA) Bank Umum Syariah Tahun 2019-2021 ..... 5



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
5.1 Logo dan Nama Bank Muamalat Indonesia .....	126

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Mentah Statistik

Lampiran 3 : Output SPSS 25

Lampiran 4 : Bukti Penyebaran Kuesioner di Bank Muamalat KCP Tulungagung

Lampiran 5 : Kendali Bukti Bimbingan

Lampiran 6 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup