

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.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
<i>Abstract</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	13
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengetahuan Produk.....	18
B. Promosi.....	22
C. Lokasi.....	27
D. Persepsi.....	31
E. Minat.....	36

F. Perbankan Syariah.....	40
G. Hubungan Antara Pengetahuan Produk Dan Minat Menjadi Nasabah.....	46
H. Hubungan Antara Promosi Dan Minat Menjadi Nasabah.....	46
I. Hubungan Antara Lokasi Dan Minat Menjadi Nasabah.....	47
J. Hubungan Antara Persepsi Dan Minat Menjadi Nasabah.....	48
K. Penelitian Terdahulu.....	49
L. Kerangka Konseptual.....	53
M. Hipotesis Penelitian.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	57
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	58
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	60
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	63
E. Teknik Analisis Data.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	72
B. Karakteristik Responden.....	74
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
D. Hasil Analisis Data	
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	
a. Uji Validitas.....	77
b. Uji Reliabilitas.....	78
2. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Normalitas.....	79
b. Uji Multikolinearitas.....	82
c. Uji Heteroskedastisitas.....	83
d. Uji Autokorelasi.....	83
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	84
4. Uji Hipotesis	
a. Uji Secara Parsial (Uji T).....	87

b. Uji Secara Simultan (Uji F).....	90
5. Uji Koefisien Determinan.....	91

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Di Desa Tengkur Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	93
B. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Di Desa Tengkur Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	95
C. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Di Desa Tengkur Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	97
D. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Di Desa Tengkur Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	99
E. Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi, Lokasi, Dan Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Di Desa TengkurMenjadi Nasabah Bank Syariah.....	101

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN