

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL BELAKANG	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xvi
DAFTAR ISI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Perilaku Konsumen	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20

3.	Tipe-Tipe Perilaku Konsumen	22
4.	Sifat Dari Perilaku Konsumen	23
5.	Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen	24
B.	Pengambilan Keputusan	25
1.	Pengertian Pengambilan Keputusan	25
2.	Konsep Pengambilan Keputusan	26
3.	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	28
4.	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	30
5.	Indikator Pengambilan Keputusan	33
C.	Tingkat Margin	35
1.	Pengertian dan Konsep Tingkat Margin	35
2.	Metode Penentuan Margin dan Penetapan Harga Jual Murabahah Yang Efisien	36
3.	Indikator tingkat Margin	37
4.	Komponen Dan Metode Penentuan Margin	39
5.	Metode Penentuan Bagi Hasil Pembiayaan	40
D.	Prosedur Pembiayaan	45
1.	Konsep Prosedur Pembiayaan	45
2.	Indikator Prosedur Pembiayaan	47
3.	Landasan Hukum Islam Pembiayaan	49
4.	Fungsi dan Tujuan Pembiayaan	50
5.	Jenis-Jenis Pembiayaan	51
E.	Tenor Pembiayaan	55
1.	Pengertian dan Konsep Tenor Pembiayaan	55
2.	Indikator Tenor Pembiayaan	56
F.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	58
1.	Penelitian Pengaruh Tingkat Margin (X1) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Menggunakan Pembiayaan Murabahah	58
2.	Penelitian Pengaruh Prosedur Pembiayaan (X2) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Menggunakan Pembiayaan Murabahah	63

3. Penelitian Pengaruh Tenor Pembiayaan (Z) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Menggunakan Pembiayaan Murabahah	67
4. Penelitian Pengaruh Tingkat Margin (X1) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Melalui Tenor Pembiayaan (Z) Sebagai Variabel Intervening	72
5. Penelitian Pengaruh Prosedur Pembiayaan (X2) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Melalui Tenor Pembiayaan (Z) Sebagai Variabel Intervening	76
G. Kerangka Konseptual	81
H. Hipotesis Penelitian	83
BAB III METODE PENELITIAN	85
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	85
B. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian	86
1. Populasi	86
2. Teknik Sampling dan Sampel Penelitian	86
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	87
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	89
1. Teknik Pengumpulan Data	89
2. Instrumen Penelitian	90
E. Teknik Analisis Data	91
1. Uji Instrumen Data	91
a. Uji Validitas	92
b. Uji Reliabilitas	93
c. Model Struktural	93
d. Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	95
2. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	95
3. Uji Hipotesis	95
4. Analisis Jalur Path	96
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	97
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	97

B. Deskripsi Data Penelitian.....	98
1. Deskripsi Karakteristik Responden	98
2. Deskripsi Variabel Penelitian	100
C. Hasil Analisis Data	111
1. Uji Instrumen Data	111
a. Uji Validitas	111
b. Uji Reliabilitas	113
c. Model Struktural	114
d. Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	116
5. Uji Koefisien Determinasi (R2)	116
6. Uji Hipotesis	118
7. <i>Path Coefficient Test</i>	119
a. Path Coefficient	119
b. Interaksi Langsung	120
c. Interaksi Tidak Langsung	121
 BAB V PEMBAHASAN	 121
A. Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murabahah	121
B. Pengaruh Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murabahah	123
C. Pengaruh Tenor Pembiayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murabahah	124
D. Pengaruh Tingkat Margin Melalui Tenor Pembiayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murabahah	126
E. Pengaruh Prosedur Pembiayaan Melalui Tenor Pembiayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murabahah	127

BAB VI PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran.....	130

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN