

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan penelitian	6
2. Manfaat penelitian	7
a. Manfaat Akademik.....	7
b. Manfaat Praktik.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	8
1. Pengertian Bank dan Bank Syariah.....	8
2. Perilaku Konsumen	8
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
b. Faktor- faktor perilaku konsumen.....	9
c. Tipe – tipe pembelian.....	12
3. Minat beli	13
a. Pengertian Minat Beli	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	13

c.	Dimensi Minat Beli	14
4.	Religiusitas.....	15
a.	Pengertian Religiusitas.....	15
b.	Dimensi dan Indikator Religiusitas.....	15
5.	Kesadaran Merek	16
a.	Pengertian Kesadaran Merek	16
b.	Dimensi Kesadaran Merek.....	17
6.	Sikap Konsumen	17
a.	Pengertian Sikap	17
b.	Dimensi dan Indikator Sikap.....	18
B.	Hubungan Antar Variabel	18
1.	Hubungan Antar Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen	18
2.	Hubungan Antar Kesadaran Merek Terhadap Sikap Konsumen	19
3.	Hubungan Antar Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli	20
C.	Penelitian Terdahulu	20
D.	Kerangka Konseptual.....	25
E.	Hipotesis Penilaian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
B.	Desain Penelitian	27
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	28
1.	Definisi Variabel.....	28
a.	Religiusitas.....	28
b.	Kesadaran Merek	28
c.	Variabel Intervening Sikap	28
d.	Minat beli	29
2.	Operasional Variabel.....	29
D.	Pengukuran Variabel.....	31
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	31
1.	Populasi Penelitian.....	31

2. Sampel Penelitian.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Jenis Data Penelitian	34
1. IBM SPSS <i>Statistic 22</i>	34
a) Analisis Deskriptif (<i>Descriptive Analisis</i>)	34
2. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>)....	34
a) Evaluasi Measurement (<i>Outer</i>) Model.....	35
1) <i>Convergent Validity</i>	35
2) <i>Discriminant Validity</i>	35
3) <i>Average Variance Extracted(AVE)</i>	35
4) <i>Composite Reability dan Conbach Alpha</i>	36
b) Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	36

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah	37
B. Karakteristik Jawaban Responden	40
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
C. Karakteristik Jawaban Kuesioner	45
1. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Religiusitas.....	45
2. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Kesadaran Merek	46
3. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Sikap Konsumen	47
4. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Beli	48
D. Metode Analisis Data.....	48
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	49
a. <i>Convergent Validity</i>	49
b. <i>Discriminant validity</i>	54
c. <i>Average Variance Extrected(AVE)</i>	55

d. Uji Reabilitas (<i>Composite Reability</i>)	55
2. Uji Hipotesis (Inner Model).....	56
a. R-Square	56
b. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	57
E. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen	59
2. Pengaruh Kesadaran Terhadap Sikap Konsumen	61
3. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Bank Syariah	62
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA