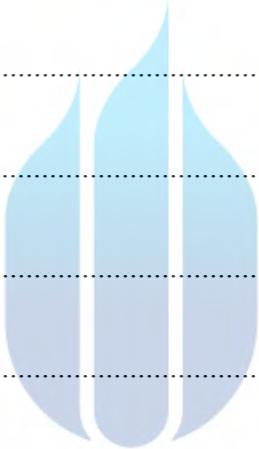


DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontibusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	
1. Keputusan Pembelian.....	13
a. Pengertian keputusan pembelian.....	13

b.	Dimensi dan indikator keputusan pembelian	14
c.	Faktor- faktor keputusan pembelian	16
2.	Citra Merek	21
a.	Pengertian Citra Merek	21
b.	Pembentukan Citra Merek.....	22
c.	Dimensi dan indikator Citra Merek.....	23
3.	Promosi	24
a.	Pengertian Promosi.....	24
b.	Tujuan Promosi	26
c.	Dimensi dan Indikator Promosi.....	28
4.	Kualitas Pelayanan	29
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan	29
b.	Dimensi dan indikator Kualitas Pelayanan.....	30
c.	Unsur – unsure Kualitas Pelayanan	31
5.	Deposito	34
a.	Pengertian Deposito	34
b.	Jenis – jenis Deposito.....	36
6.	Penelitian Terdahulu	37
B.	Rerangka Pemikiran	43
C.	Hipotesis	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	47
B.	Desain Penelitian	47

C.	Definisi dan Operational Variabel	47
1.	Definisi Variabel	47
2.	Operasional Variabel.....	49
D.	Pengukuran Variabel.....	54
E.	Populasi dan sampel penelitian	55
1.	Populasi penelitian	55
2.	Sampel penelitian	55
F.	Teknik PengumpulanData	57
G.	Metode Analisis Data.....	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum objek penelitian	61
1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
2.	Sejarah singkat perusahaan.....	61
3.	Visi dan misi perusahaan	62
a.	Visi BNI Syariah	62
b.	Misi BNI Syariah.....	62
B.	Analisis deskriptif	62
a.	Karakteristik responden	62
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
2.	Karaktersitik Responden Berdasarkan Usia.....	63
3.	Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan	64
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan ...	65
b.	Deskriptif jawaban responden	66

1. Hasil deskriptif jawaban kuisioner variabel citra merek	66
2. Hasil deskriptif jawaban kuisioner variabel promosi.....	67
3. Hasil deskriptif jawaban kuisioner variabel kualitas layanan .	68
4. Hasil deskriptif jawaban kuisioner variabel keputusan pembelian	70
C. Hasil Uji Asusmsi dan Kualitas Instrumen	72
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Merancang <i>Outher Model</i>)	72
a. Uji Validitas (<i>Convergent Vaidity</i>).....	76
b. <i>Discriminat Validity</i>	72
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbachs Alpha</i>	79
2. Pengujian <i>Model Structural / Uji Hipotesis (Inner Model)</i>	80
a. Nilai R-Square	80
b. <i>Godness of Fit Model</i>	80
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefesien Jalur)	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian.....	83
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian.....	84
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian ..	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
1. Saran untuk PT Bank BNI Syariah	83
a. Variabel Citra merek	83

b.	Variabel promosi	83
c.	Variabel kualitas layanan	83
2.	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

