

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Lingkup Penelitian	12
1.7. Sistematika Penulisan	12
BAB II	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Brand Familiarity.....	15
2.2. Religiusitas (Religiosity)	18
2.3. Sikap (Attitude)	20
2.4. Keputusan Investasi	22
2.5. Pasar Saham Syariah	23
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu.....	24
2.7. Perumusan Hipotesis.....	31
2.8. Kerangka Penelitian.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1. Desain Penelitian	39
3.2. Metode Pengumpulan Data	40

3.3.	Instrument Penelitian	42
3.4.	Metode Analisis Data	44
BAB IV		50
HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1.	Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.	Statistik Deskriptif	54
4.3.	Hasil Analisis Pengukuran	57
4.4.	Hasil Model Struktural (Inner Model).....	62
4.5.	Pembahasan dan Diskusi.....	70
BAB V.....		78
KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1.	Kesimpulan	78
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.3.	Implikasi Penelitian.....	80
5.4.	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		89
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN		89
LAMPIRAN II PROFIL RESPONDEN DAN STATISTIK DESKRIPTIF		94
LAMPIRAN III HASIL UJI SMARTPLS.....		98

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Ringkasan Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4 1 Karakteristik Responden	51
Tabel 4 2 Staistik Deskriptif.....	55
Tabel 4 3 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	57
Tabel 4 4 Fornell-Lacker Criterion	59
Tabel 4 5 Nilai Cross Loading.....	60
Tabel 4 6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4 7 Nilai Jalur Koefisien.....	62
Tabel 4 8 Nilai R^2.....	63
Tabel 4 9 <i>Effect Size f^2</i>.....	64
Tabel 4 10 Hasil Uji Relevansi (Q^2)	65
Tabel 4 11 Model Fit	66
Tabel 4 12 Hasil Uji Hipotesis	67
Tabel 4 13 Dimensi Religiusitas	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Survey Bursa Efek Indonesia, 2022	2
Gambar 2 1 Desain Penelitian.....	38