

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penulisan	8
1.5 Manfaat Penulisan.....	8
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Manfaat Fungsional	11
2.1.1 Motif Kognitif	12
2.1.2 Komponen Kognitif	14
2.1.3 Perubahan Komponen Kognitif	14
2.2 Manfaat Emosional	15
2.2.1 Motif Afektif	16
2.2.2 Komponen Afektif	18
2.2.3 Perubahan Komponen Afektif	19

2.3	Pengaruh Kelompok	20
2.3.1	Jenis-jenis Kelompok	20
2.3.2	Sifat Pengaruh Kelompok	21
2.4	Keputusan Pembelian	22
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.4.3	Tahap Keputusan Pembelian	24
2.4.4	Keputusan Pembelian Sebagai Pemecahan Masalah	26
2.5	Segmentasi	27
2.5.1	Segmen Psychographic	28
2.5.2	Religiusitas	30
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.7	Perumusan Hipotesis	36
2.7.1	Pengaruh Manfaat Fungsional, Manfaat Emosional, dan Pengaruh Kelompok pada Keputusan Pembelian	36
2.7.2	Religiusitas Memperkuat dan Memperlemah Pengaruh Manfaat Fungsional, Manfaat Emosional, dan Pengaruh Kelompok pada Keputusan Pembelian Konsumen	38
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.4	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	42
3.5	Definisi Penelitian	43
3.5.1	Manfaat Fungsional	43
3.5.2	Manfaat Emosional	45
3.5.3	Pengaruh Kelompok	46
3.5.4	Religiusitas	47
3.5.5	Keputusan Pembelian	48
3.6	Instrumen Penelitian	50
3.7	Pengujian Instrumen	51

3.7.1 Uji Validitas	52
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.8 Teknik Analisis Data	55
3.8.1 Analisis Deskriptif	55
3.8.2 Uji Regresi dengan Moderasi	56
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Definisi Objek Penelitian	61
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Agama	62
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	63
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	64
4.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.1 Analisis Deskriptif Manfaat Fungsional	65
4.2.2 Analisis Deskriptif Manfaat Emosional	66
4.2.3 Analisis Deskriptif Pengaruh Kelompok	66
4.2.4 Analisis Deskriptif Religiusitas	67
4.2.5 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	68
4.3 Analisis Kuantitatif	68
4.3.1 Hasil Uji Validitas	68
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.4 Uji Hipotesis	73
4.4 Interpretasi Hasil	79
4.4.1 Pengaruh Manfaat Fungsional, Manfaat Emosional, dan Pengaruh Kelompok pada Keputusan Pembelian	79
4.4.2 Karakteristik Psikografis (Religiusitas) memperkuat Pengaruh Manfaat Fungsional, Manfaat Emosional dan Pengaruh Kelompok pada Keputusan Pembelian	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA.....	87
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Pembobot Jumlah Responden 51
Tabel 3.2	Alat Analisa Uji Variabel Moderat 57
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia 62
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Agama 62
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 63
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 63
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 64
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Variabel Manfaat Fungsional 65
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Variabel Manfaat Emosional 66
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Kelompok 66
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas 67
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 68
Tabel 4.12	Hasil Uji Validias KMO dan Bartlett's Test 69
Tabel 4.13	Hasil Uji MSA (<i>Measure of Sampling Adequancy</i>) 70
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas 71
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas 71
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas 72
Tabel 4.17	Hasil Uji Analisis Korelasi 73
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Berganda 74
Tabel 4.19	Hasil Uji F 74
Tabel 4.20	Hasil Uji t 75
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi 76
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi dengan Moderasi..... 77
Tabel 4.23	Hasil Analisis Koefisian Regresi dengan Moderasi..... 78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Profil Segmen Perbankan Syariah	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 : Data Responden	95
Lampiran 3 : Deskriptif Variabel	97
Lampiran 4 : Uji Validitas KMO dan Bartletts Test	99
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas	100
Lampiran 6 : Uji Normalitas	105
Lampiran 7 : Uji Heteroskedastisitas	107
Lampiran 8 : Uji Hipotesis	108