

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
I. Latar Belakang Masalah	1
II. Perumusan Masalah	7
III. Batasan Masalah	7
IV. Tujuan Penelitian	8
V. Manfaat Penelitian	8
VI. Sistematika Penulisan	9
BAB II: TELAAH PUSTAKA	
I. Manajemen Syariah	11
II. <i>Syariah Marketing</i>	12
III. Sikap Nasabah Terhadap Konsep Perbankan Syariah	14
IV. Konsep Perbankan Syariah Dibanding Perbankan Non-Syariah	15



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Persepsi konsumen atas konsep perbankan syariah :: Studi empiris atas nasabah Bank Syariah Mandiri

ROSAR, Damba Putra, Yulia Arisnani, Dra., MBA

Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

V. Pengaruh Perbedaan Sikap Nasabah Terhadap Konsep Perbankan Syariah

	Pada Perbankan Non-Syariah Menyangkut Sikap Terhadap Produk	19
VI.	Konsep Perbankan Syariah Dari Sudut Pandang Nasabah Islam dan Non-Islam, Dan Dari Tingkat Pendidikan	20
VII.	Sikap Nasabah Terhadap Iklan Perbankan Syariah Dan Minat Beli	22
VIII.	Penelitian Yang Relevan Sebelumnya	25
IX.	Bagan Alur Berpikir	26

BAB III: METODE PENELITIAN

I.	Jenis Penelitian	27
II.	Sumber Data	27
III.	Target Dan Karakteristik Populasi	27
IV.	Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	28
V.	Prosedur Pengumpulan Data	28
VI.	Aras Dan Skala Pengukuran	29
VII.	Metode Pengolahan Data	29
VIII.	Operasionalisasi Variabel	33

BAB IV: PROFIL BANK SYARIAH MANDIRI

I.	Sejarah Perusahaan	35
II.	Misi dan Visi Perusahaan	38
III.	Struktur Organisasi Perusahaan	39
IV.	Budaya Organisasi Perusahaan	39
V.	Produk dan Layanan Yang Ditawarkan	40



BAB V: HASIL PENELITIAN

I.	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	42
II.	Tampilan Data	48
III.	Hasil Pengolahan Data	57
IV.	Pengujian Hipotesis	78
V.	Pembahasan Hasil Penelitian	83

BAB VI: KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

I.	Kesimpulan	89
II.	Rekomendasi	90
III.	Implikasi	92

DAFTAR PUSTAKA	95
----------------	----

LAMPIRAN