UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

INTISARI xi

ABSTRACT xii

BAB 1 PENDAHULUAN
- 1.1. Latar Belakang 1
- 1.2. Rumusan Masalah 13
- 1.3. Pertanyaan Penelitian 22
- 1.4. Tujuan Penelitian 23
- 1.5. Lingkup Penelitian 24
- 1.6. Kontribusi Penelitian 26

BAB 2 TINJAUAN TEORITIS
- 2.1. Pendahuluan 29
- 2.2. Landasan Teori 30
  - 2.2.1. Religiositas 30
    - 2.2.1.1. Pengertian Agama, Religiositas dan Spiritualitas 30
    - 2.2.1.2. Perkembangan Pengukuran Religiositas 34
    - 2.2.1.3. Dimensi Religiositas 41
  - 2.2.2.Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/TPB) 48
    - 2.2.2.1. Sikap terhadap Perilaku 56
    - 2.2.2.2. Norma Subyektif 59
    - 2.2.2.3. Kontrol Keperilakuan 60
  - 2.2.3. Niat Berperilaku/Perilaku Konsumen 62
- 2.3. Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian 66
  - 2.3.1. Dimensi-dimensi Religiositas dan Sikap 66
    - 2.3.1.1. Keyakinan Religius dan Sikap terhadap perilaku memilih produk perbankan Syariah 66
    - 2.3.1.2. Komitmen Religius dan Sikap terhadap perilaku memilih produk perbankan Syariah 67

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.1.3. Perilaku Religius dan Sikap terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 68
2.3.2. Dimensi Religiositas (Keyakinan Religius, Komitmen Religius dan Perilaku Religius) dan Norma Subyektif 70
2.3.2.1. Keyakinan Religius dan Norma Subyektif 70
2.3.2.2.Komitmen Religius dan Norma Subyektif 71
2.3.2.3.Perilaku Religius dan Norma Subyektif 73
2.3.3. Dimensi Religiositas (Keyakinan Religius, Komitmen Religius dan Perilaku Religius) dan Kontrol Keperilakuan 74
2.3.3.1.Keyakinan Religius dan Kontrol Keperilakuan 74
2.3.3.2.Komitmen Religius dan Kontrol Keperilakuan 75
2.3.3.3.Perilaku Religius dan Kontrol Keperilakuan..... 76
2.3.4. Dimensi Religiositas (Keyakinan Religius, Komitmen Religius dan Perilaku Religius) dan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah..... 77
2.3.5. Sikap terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah dan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 78
2.3.6. Norma Subyektif dan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah..... 80
2.3.7. Kontrol Keperilakuan dan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah..... 81
2.4. Model Penelitian..... 83

BAB 3 METODE PENELITIAN
3.1. Strategi Penelitian 85
3.2. Studi Pendahuluan 88
3.3. Definisi Operasional Variabel, Instrumen, dan Skala Pengukuran Instrumen Penelitian 91
3.3.1. Religiositas 92
3.3.1.1. Keyakinan Religius 92
3.3.1. 2. Komitmen Religius 93
3.3.1. 3. Perilaku Religius..... 94
3.3.2. Sikap Terhadap Perilaku Beralih (Memilih) Produk Syariah 95
3.3.3. Norma Subyektif 97
3.3.4. Kontrol Keperilakuan 98
3.3.5. Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 99
3.4. Desain Pengambilan Sampel Dan Ukuran Sampel..... 101
3.4. 1. Populasi dan Unit Sampel 101
3.4. 2. Metode Penyampelan 101
3.4. 3. Ukuran Sampel 102
3.5. Instrumen Pengujian..... 104
3.5.1. Uji Validitas 105
3.5.2. Uji Reliabilitas 107
3.6. Metode Analisis 109

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN
4.1. Pengumpulan Data dan Hasil Pendistribusian Kuesioner 113
4.2. Karakteristik Responden Penelitian 114
4.2.1. Karakteristik Demografi Responden 114
4.2.2. Pilihan Produk Perbankan 116

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 117
4.4. Analisis Deskriptif 118
4.5. Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan 120
4.5.1. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 1,2,dan 3 123
4.5.2.1. Hasil Pengujian Hipotesis 1: Pengaruh Dimensi Religiositas pada Sikap terhadap Perilaku memilih produk perbankan syariah 124
4.5.2.2. Hasil Pengujian Hipotesis 2: Pengaruh Dimensi Religiositas pada Norma Subyektif 126
4.5.2.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3 Pengaruh Religiositas Dimensi pada Kontrol Keperilakuan 127
4.5.2.4. Pembahasan hipotesis 1,2, dan 3 128
4.5.2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 4: Pengaruh Religiositas pada Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 132
4.5.3. Pengujian Hipotesis 5, 6 dan 7 138
4.5.3.1.Hipotesis 5a: Pengaruh Sikap pada Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 138
4.5.3.2. Hipotesis 6a: Pengaruh Norma Subyektif terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 139
4.5.3.3. Hipotesis 7a: Pengaruh Kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 141
4.5.3.4. Pembahasan hipotesis 5a,6a dan 7a: Pengaruh Tiga Komponen Teori Perilaku Terencana pada Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 141
4.6. Uji Pengaruh Mediasi 145
4.6.1. Peran Sikap Terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah Sebagai Mediator Dari Hubungan Antara Religiositas dengan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 145
4.6.1.1. Peran Sikap Terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah Sebagai Mediator Dari Hubungan Antara Keyakinan Religius Dengan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 146
4.6.1.2 Peran Sikap Terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah Sebagai Mediator Dari Hubungan Antara Komitmen Religius Dengan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 147
4.6.1.3 Peran Sikap Terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah Sebagai Mediator Dari Hubungan Antara Perilaku Religius Dengan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 148
4.6.2. Peran Kontrol Keperilakuan Sebagai Mediator Dari Hubungan Antara Religiositas (Keyakinan Religius, Komitmen Religius Dan Perilaku Religius) Dengan Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 149
4.6.2.1 Peran kontrol keperilakuan sebagai mediator dari hubungan antara Keyakinan Religius dengan perilaku memilih produk perbankan syariah 149
4.6.2.2. Peran kontrol keperilakuan sebagai mediator dari hubungan antara Komitmen Religius dengan perilaku memilih produk perbankan syariah 150

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.6.2.3 Peran kontrol keperilakuan sebagai mediator dari hubungan antara Perilaku Religius dengan perilaku memilih produk perbankan syariah 152
4.7. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 153

BAB 5 PENUTUP
5.1. Pendahuluan 162
5.2. Simpulan 162
5.3.Kontribusi Penelitian 166
5.4.Keterbatasan Penelitian..... 169

Daftar Pustaka 170
Lampiran 191
RINGKASAN 203
SUMMARY 235

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definisi dan Pengukuran Religiositas 35
Tabel 2.2. Perbandingan Dimensi-dimensi Religiositas dalam literatur 38
Tabel 2.3. Rangkuman Dimensi Religiositas 40
Tabel 2.4. Perbandingan TRA dan TPB 50
Tabel 2.5. Definisi Sikap 56
Tabel 3.1. Pernyataan Berkaitan dengan Keyakinan Religius 88
Tabel 3.2. Pernyataan Berkaitan dengan Komitmen Religius 89
Tabel 3.3. Pernyataan Berkaitan dengan Perilaku Religius 90
Tabel 3.4. Pernyataan Berkaitan dengan Sikap terhadap perilaku 91
Tabel 3.5. Pernyataan Berkaitan dengan Norma Subyektif 92
Tabel 3.6. Pernyataan Berkaitan dengan Kontrol Keperilakuan 93
Tabel 3.7. Pangsa Pasar, Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan PYD dan Pertumbuhan DPK Perbankan Syariah 98
Tabel 3.8. Hasil Pengujian Validitas (100 responden) 101
Tabel 3.9. Hasil Pengujian Reliabilitas (100 responden) 103
Tabel 4.1. Responden Penelitian 106
Tabel 4.2. Karakteristik Demografi Responden 107
Tabel 4.3. Karakteristik Pilihan Produk Perbankan 109
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Validitas Survey Utama (500 responden) 110
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas Survey Utama (500 responden) 112
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif 113
Tabel 4.7. Skor Kisaran Tanggapan Responden 115
Tabel 4.8. Pengaruh Religiositas pada Sikap terhadap Perilaku Memilih Produk Perbankan Syariah 117
Tabel 4.9. Pengaruh Religiositas pada Norma Subyektif 119
Tabel 4.10. Pengaruh Religiositas pada Kontrol Keperilakuan 121
Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis 4, 5, 6 dan 7 129
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis 145

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH RELIGIOSITAS PADA ELEMEN-ELEMEN TEORI PERILAKU TERENCANA DAN PERILAKU MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
YUNITA ANGGARINI, B.M Purwanto, MBA., Ph.D.; Bayu Sutikno, MSM., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Alur Pembahasan 29
Gambar 2.2. Teori Tindakan Beralasan (*The Theory of Reasoned Action/TRA)* 52
Gambar 2.3. Teori Perilaku Terencana (*The Theory of Planned Behavior/TPB)* 53
Gambar 2.4. Model Perilaku dari Teori Perilaku Terencana 56
Gambar 2.5. Skema Teori Tindakan Beralasan (TRA) 63
Gambar 2.6. Model Penelitian 84
Gambar 3.1. Tahapan Disertasi 89
Gambar 4.1. Peran Sikap sebagai mediator dari hubungan antara Religiositas dan Perilaku memilih produk perbankan syariah 147
Gambar 4.2. Peran Kontrol keperilakuan sebagai mediator dari hubungan antara Religiositas dan Perilaku memilih produk perbankan syariah 151
Gambar 4.3. Hasil Penelitian 157