



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian	8
C. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	10
1. Pengertian Bank.....	10
2. Pengertian Bank Syariah.....	16
3. Perbedaan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	19
4. Pemilihan Bank.....	20
B. Religiusitas.....	22
1. Pengertian Religiusitas.....	22
2. Dimensi Religiusitas	24
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	25
C. Product Knowledge.....	26
1. Pengertian Product Knowledge.....	26
2. Pengukuran Product Knowledge.....	27



D. Reference Group	29
1. Pengertian Reference Group	29
2. Jenis Pengaruh <i>Reference Group</i>	29
E. Perilaku Konsumen	32
1. Pengertian Perilaku Konsumen	32
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
3. Pengambilan Keputusan	34
F. Kerangka Hubungan antara <i>Product Knowledge</i> , <i>Reference Group</i> , Religiusitas dalam Pemilihan Jenis Bank	37
G. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
1. Identifikasi Variable Penelitian	39
2. Definisi Operasional Variable Penelitian	39
B. Subjek Penelitian	42
C. Metode Pengumpulan Data	43
D. Instrumen Penelitian	44
E. Prosedur Pengambilan Data	47
F. Metode Pengolahan Data	48
BAB IV HASIL	49
A. Pelaksanaan Penelitian dan Deskripsi Subjek Penelitian	49
B. Pemeriksaan Properti Psikometri Alat Ukur	50
C. Deskripsi Data	52
1. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Data Demografis	52
2. Deskripsi Kategorisasi Data Penelitian	54
D. Uji Hipotesis	54
1. Uji asumsi	54
2. Analisis Diskriminan	58
E. Kesimpulan Analisis	61
F. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65



A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	72
LAMPIRAN A	73
LAMPIRAN B	83
1. Reliabilitas Skala <i>Product Knowledge</i>	84
iv. Reliabilitas Skala <i>Reference Group</i>	85
v. Reliabilitas Skala Religiusitas	87
LAMPIRAN C	90
1. Data Uji Coba Variabel <i>Product Knowledge</i>	91
vi. Data Uji Coba Variabel <i>Reference Group</i>	93
vii. Data Uji Coba Variabel Religiusitas.....	95
viii. Data Penelitian Variabel <i>Product Knowledge</i>	98
ix. Data Penelitian Variabel <i>Reference Group</i>	105
x. Data Penelitian Variabel Religiusitas	112
LAMPIRAN D	126
1. Uji Asumsi	127
xi. Uji Hipotesis	129



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Sebaran aitem Skala <i>Reference Group</i>	40
Tabel 2 Sebaran Aitem Skala Religiusitas	41
Tabel 3 Deskripsi Subjek Berdasarkan Data Demografis.....	48
Tabel 4 Kategori dalam Penelitian	54
Tabel 5 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 6 Uji Multikolinearitas	57
Tabel 7 Nilai Box' M (I).....	57
Tabel 8 Tests of Equality of Group Means	58
Tabel 9 Group Statistic.....	59
Tabel 10 Variables Entered/Removed	60
Tabel 11 Eigenvalues	60
Tabel 12 Canonical Discriminant Function Coefficients.....	61



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

FAKTOR-FAKTOR PEMBEDA PEMILIHAN BANK SYARIAH PADA KONSUMEN MAHASISWA
NORMA SUCI P, Rahmat Hidayat, S.Psi, MSc., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Kerangka Penelitian	37