

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian	17

II. LANDASAN TEORI

A. Teori Perbankan Syari'ah.....	19
1. Pengertian Bank Syari'ah.....	19
2. Prinsip-Prinsip Bank Syari'ah.....	20
3. Fungsi dan Tujuan Bank Syari'ah.....	21
4. Landasan Hukum Perbankan Syari'ah.....	23
5. Konsep Operasi Bank Syari'ah.....	24
6. Akad dan Produk Bank Syari'ah di Indonesia.....	25
7. Teori Prinsip Bagi Hasil (<i>Profit and Loss Sharing</i>).....	30
8. Teori <i>Mudharabah (Trustee Profit Sharing)</i>	33
B. Teori Perilaku Konsumen.....	37
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	37
2. Model Perilaku Konsumen.....	38
C. Teori Keputusan Menabung.....	40
1. Pola Tabungan dan Investasi Islami.....	40
2. Pengertian Keputusan Menabung.....	42
3. Proses Keputusan Menabung.....	44
D. Teori <i>Marketing</i> Syari'ah.....	47
1. Konsep <i>Marketing</i> Syari'ah.....	47
2. Karakteristik Pasar <i>Marketing</i> Syari'ah.....	51
3. Karakteristik <i>Marketing</i> Syari'ah.....	55
4. Etika (Akhlak) Pemasar.....	65
5. <i>Sustainable Marketing Enterprise (SME)</i>	56
E. Teori Strategi Pemasaran Jasa	58
1. Konsep Strategi Pemasaran Jasa.....	58
2. Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	60
3. Pemasaran Jasa Bank.....	61
4. Bauran pemasaran Jasa.....	63
F. Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	80
G. Kerangka Pemikiran.....	83
H. Hipotesis.....	92

III. METODOLOGI PENELITIAN	95
A. Tipe dan Metode Penelitian	95
B. Obyek Penelitian	96
C. Populasi dan Sampel	96
D. Teknik Pengambilan Sampel	98
E. Definisi Operasional Variabel	98
F. Jenis dan Sumber Data	102
G. Teknik Pengumpulan Data	102
H. Teknik Pengolahan Data	103
I. Teknik Analisis Data	104
1. Analisis Statistik Deskriptif	104
2. Analisis Statistik Inferensial	105
a. Pengujian Validitas Instrumen	105
b. Pengujian Reabilitas Instrumen	106
c. Analisis Regresi Linier Berganda	108
d. Pengujian Asumsi Klasik	109
1) Uji Normalitas	109
2) Autokorelasi	110
3) Uji Heterokedastisitas	111
4) Uji Multikolinearitas	112
e. Pengujian Hipotesis	113
1) Uji R^2	113
2) Uji t	115
3) Uji F	116
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	118
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	118
2. Visi dan Misi Perusahaan	122
3. Tujuan Perusahaan	122
4. Arti Logo dan Nama Perusahaan	123
5. Keunggulan Utama Perusahaan	124
6. Produk dan Jasa Utama Perusahaan	126
7. Struktur Organisasi Perusahaan	130
B. Karakteristik Responden	136
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	136
2. Distribusi Responden Berdasarkan Umur	137
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	138
4. Distribusi Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	140
5. Distribusi Reponden Berdasarkan Pekerjaan	141
6. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	142
C. Hasil Analisis Data	143
1. Hasil Analisis data Deskriptif	143
a. Sikap Responden Tentang Produk	143
b. Sikap Responden Tentang Harga	149

c. Sikap Responden Tentang Promosi	151
d. Sikap Responden Tentang Lokasi.....	158
e. Sikap Responden Tentang Orang.....	162
f. Sikap Responden Tentang Sarana Fisik.....	165
g. Sikap Responden Tentang Proses	169
h. Sikap Responden Tentang Keputusan Memilih.....	172
i. Persentase Rata-Rata Sikap Responden Per Variabel.....	177
2. Hasil Analisis data Inferensial	181
a. Hasil Uji Validitas Instrumen	181
1) Uji Validitas.....	181
2) Uji Reabilitas	184
b. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	185
c. Hasil Pengujian Asumsi Klasik	189
1) Uji Normalitas	189
2) Uji Autokorelasi	190
3) Uji Heterokedastisitas.....	190
4) Uji Multikolinearitas	191
d. Hasil Uji Hipotesis.....	192
1) Uji R^2	192
2) Uji t.....	193
a) Uji pengaruh X_1 Terhadap Y	194
b) Uji pengaruh X_2 Terhadap Y	195
c) Uji pengaruh X_3 Terhadap Y	195
d) Uji pengaruh X_4 Terhadap Y	196
e) Uji pengaruh X_5 Terhadap Y	197
f) Uji pengaruh X_6 Terhadap Y	197
g) Uji pengaruh X_7 Terhadap Y	198
3) Uji F.....	199
D. Pembahasan.....	201
1. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	201
2. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	204
3. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	206
4. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.....	208
5. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Orang Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.....	211
6. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Sarana Fisik Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.....	213
7. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Proses Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	215
8. Pengaruh Implementasi Strategi <i>Marketing</i> Syari'ah Dalam Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang, Sarana Fisik dan Proses Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	217

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	221
B. Saran	222

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Alasan Nasabah dalam Pemilihan Bank Syari'ah.....	4
2. Perbedaan Bank Syari'ah dan Bank Konvensional.....	21
3. Perbedaan Antara Sistem Bunga dan Sistem Bagi Hasil	31
4. Alat Bauran Promosi.....	74
5. Definisi Operasional Variabel.....	99
6. Pedoman Interpretasi Terhadap Nilai r	107
7. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	113
8. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	136
9. Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	137
10. Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Tiap Bulan	138
11. Distribusi Reponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	140
12. Distribusi Reponden Berdasarkan Pekerjaan.....	141
13. Distribusi Reponden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	142
14. Sikap Responden Tentang Kesesuaian Produk Dengan Prinsip Syari'ah (<i>Mudharabah</i>).....	143
15. Sikap Responden Tentang Produk Terhindar Dari Unsur Riba.....	145
16. Sikap Responden Tentang Investasi Produk Pada Usaha Halal	146
17. Sikap Responden Tentang Fasilitas Penunjang Produk.....	147
18. Sikap Responden Tentang Jaminan/Keamanan Produk	148
19. Sikap Responden Tentang Biaya Administrasi Rendah	149
20. Sikap Responden Tentang Nisbah Bagi Hasil Kompetitif.....	150
21. Sikap Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Iklan Media Cetak.....	151
22. Sikap Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Selebaran dan Brosur	152
23. Sikap Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Program Acara Televisi	153
24. Sikap Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Presentasi Pada Instansi Tempat Bekerja	155
25. Sikap Responden Tentang Kebenaran Isi Pesan Pada Kegiatan Promosi	156
26. Sikap Responden Tentang Model Iklan Ber- <i>Image</i> Islami.....	157
27. Sikap Responden Tentang Aksestabilitas Lokasi	158

28. Sikap Responden Tentang Ketersediaan Jaringan Kantor dan ATM	159
29. Sikap Responden Tentang Mitra Aliansi Bank.....	160
30. Sikap Responden Tentang Penampilan dan Atribut Karyawan Yang Sopan dan Islami	162
31. Sikap Responden Tentang Keramahan Karyawan Dalam Berkomunikasi	163
32. Sikap Responden Tentang Ketanggapan Karyawan Terhadap Keluhan Yang Cepat dan Efektif	164
33. Sikap Responden Tentang Kondisi Bangunan dan <i>Lay Out</i> Tempat Pelayanan.....	165
34. Sikap Responden Tentang Suasana Tempat Layanan Yang Islami.....	166
35. Sikap Responden Tentang Fasilitas dan Teknologi Tempat Pelayanan.....	167
36. Sikap Responden Tentang Keamanan dan Kebersihan Tempat Layanan.....	168
37. Sikap Responden Tentang Transparansi Sistem Tabungan	169
38. Sikap Responden Tentang Kecepatan Proses Transaksi.....	170
39. Sikap Responden Tentang Kemudahan Prosedur Pendaftaran	171
40. Sikap Responden Tentang Kegiatan Mengenali Kebutuhan Menabung	172
41. Sikap Responden Tentang Kegiatan Pencarian Informasi.....	173
42. Sikap Responden Tentang Kegiatan Melakukan Evaluasi Alternatif..	174
43. Sikap Responden Tentang Kegiatan Memutuskan Menabung	175
44. Sikap Responden Tentang Kegiatan Akan Terus Menabung	176
45. Persentase Rata-Rata Jawaban Responden Per Variabel	177
46. Hasil Pengujian Validitas.....	183
47. Hasil Pengujian Reabilitas	184
48. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ dan X_7 pada Y	185
49. Hasil Uji Multikolienaritas	192
50. Hasil Perhitungan Uji t	193
51. Hasil Perhitungan Uji F	199

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Diagram Persentase Pasar Perbankan Syariah	7
2. Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Syari'ah.....	26
3. Model Perilaku Konsumen	38
4. Tahap Proses Keputusan Membeli.....	45
5. Bauran Pemasaran Jasa	65
6. Bagan Kerangka Pemikiran	91
7. Logo Bank Muamalat	123
8. Logo Produk Tabungan <i>Shar-E</i>	128
9. Struktur Organisasi BMI Cabang Bandar Lampung.....	130