

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
A. Latar Belakang Penelitian.....	16
B. Identifikasi Masalah.....	25
C. Batasan Masalah	25
D. Rumusan Masalah.....	27
E. Tujuan Penelitian	27
F. Manfaat Penelitian	28
G. Jadwal Penelitian	29
H. Sistematik Penulisan Skripsi.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
A. Konsep dan Teori.....	32
1. Manajemen	32
2. Manajemen Pemasaran	38
3. <i>Brand Awareness</i>	40
4. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	46
5. <i>Word Of Mouth</i>	50
6. Keputusan Penggunaan	56
B. Penelitian Terdahulu	60
C. Kerangka Berpikir.....	66
D. Hipotesis	71

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	73
A. Jenis Penelitian	73
B. Waktu dan Wilayah Penelitian	74
C. Populasi dan Sampel	74
D. Data dan Sumber Data	78
E. Teknik Pengumpulan Data	79
F. Variabel Penelitian	80
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	82
H. Teknik Analisis Data	88
1. Analisis Statistik Deskriptif	89
2. Uji Instrumen Data	90
3. Analisis regresi linier berganda	92
4. Uji Korelasi	93
5. Uji hipotesis	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	96
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia	96
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	97
3. Manajemen dan Organisasi Bank Syariah Indonesia	99
B. Analisis Deskriptif Statistik	102
1. Analisis Data Deskriptif Responden	103
2. Deskripsi Hasil Penelitian	106
C. Pengujian dan Hasil Analisis	121
1. Uji Validitas	121
2. Uji Reliabilitas	125
3. Analisis Regresi Linier Berganda	128
4. Uji Korelasi	130
5. Uji Hipotesis	135
D. Pembahasan Penelitian	146
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap keputusan penggunaan Bank Syariah Indonesia pada Mahasiswa Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung	146

2. Pengaruh <i>lifestyle</i> terhadap keputusan penggunaan Bank Syariah Indonesia pada angkatan 2021 mahasiswa UIN Bandung	150
3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Penggunaan Bank Syariah Indonesia pada Mahasiswa Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.	153
4. Pengaruh <i>Brand awareness, lifestyle, dan Word of mouth</i> terhadap keputusan penggunaan bank syariah indonesia pada mahasiswa Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung	155
BAB V PENUTUP.....	159
A. Kesimpulan	159
B. Keterbatasan Penelitian.....	160
C. Saran	161
DAFTAR PUSTAKA.....	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN	167
RIWAYAT HIDUP	200

