

DAFTAR ISI¹

ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
مستخلص البحث.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Hasil Penelitian	8
E. Kerangka Berpikir	8
F. Hipotesis	15
G. Hasil Penelitian Terdahulu	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
A. Konsep Umum <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	23

¹ Agus Salim Mansyur, *Panduan Penulisan Tesis Dan Disertasi* (Bandung: Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati, 2018).

B. Konsep Umum Trust (Kepercayaan).....	42
C. Konsep Umum Minat	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	53
B. Jenis dan Sumber Data	54
C. Teknik Pengumpulan Data	55
D. Teknik Analisis Data	61
E. Tempat dan Waktu Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Deskripsi Hasil Penelitian	74
B. Pengujian Hipotesis (Hasil Analisis <i>Strukture Equation Modeling Partial Least Square</i> (SEM PLS)).....	98
C. Pembahasan	124
BAB V PENUTUP	133
A. Simpulan.....	133
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
DAFTAR LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Bank Umum Syariah Indonesia	2
Tabel 1.2. Daftar Pengguna Perbankan Syariah Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	6
Tabel 1.3. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 3.2. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	62
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	64
Tabel 3.4. Kriteria Penilaian Indikator Pada Variabel Penelitian	65
Tabel 3.5. Kriteria Nilai GoF	71
Tabel 4.1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Produk (<i>Product</i>) (X_1).....	74
Tabel 4.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga (<i>Price</i>) (X_2).....	77
Tabel 4.3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Distribusi (<i>Place</i>) (X_3)	79
Tabel 4.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi (<i>Promotion</i>) (X_4)	82
Tabel 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Orang (<i>People</i>) (X_5)	85
Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>) (X_6).....	88
Tabel 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses (<i>Process</i>) (X_7).....	90
Tabel 4.8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Menabung Mahasiswa (Y)	93
Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (Z)	95
Tabel 4.10. <i>Convergent Validity Loading Factor</i>	102
Tabel 4.11. Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	103

Tabel 4.12. Nilai Uji Validitas <i>Dikriminan Cross Loading</i>	104
Tabel 4.13. Nilai Uji Validitas <i>Dikriminan Fornell-Larcker Criterium</i>	105
Tabel 4.14. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	106
Tabel 4.15. R Square.....	107
Tabel 4.16. F Square	108
Tabel 4.17. <i>Q2 Predictive Relevance</i>	110
Tabel 4.18. Nilai T-tabel.....	111
Tabel 4.19. Koefisien Jalur dan t-hitung Bauran Pemasaran Jasa (X) -> Kepercayaan (Z)	114
Tabel 4.20. Koefisien Jalur dan t-hitung Bauran Pemasaran Jasa (X) dan Kepercayaan (Z) -> Minat Menabung Mahasiswa (Y)	117
Tabel 4.21. Koefisien Jalur dan t-hitung Bauran Pemasaran Jasa (X) -> Minat Menabung Mahasiswa (Y) melalui Kepercayaan (Z)	121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Berpikir.....	15
Gambar 3.1. .Garis Kontinum.....	65
Gambar 3.2. Diagram Jalur Hubungan Antar Variabel Penelitian	69
Gambar 4.1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Produk (Product) (X_1).....	75
Gambar 4.2. Garis Kontinum Variabel Produk (<i>Product</i>) (X_1)	76
Gambar 4.3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga (<i>Price</i>) (X_2)	78
Gambar 4.4. Garis Kontinum Variabel Harga (<i>Price</i>) (X_2)	79
Gambar 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Distribusi (<i>Place</i>) (X_3).....	81
Gambar 4.6. Garis Kontinum Variabel Distribusi (<i>Place</i>) (X_3).....	82
Gambar 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi (<i>Promotion</i>) (X_4)	84
Gambar 4.8. Garis Kontinum Variabel Promosi (<i>Promotion</i>) (X_4)	85
Gambar 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Orang (<i>People</i>) (X_5)	86
Gambar 4.10. Garis Kontinum Variabel Orang (<i>People</i>) (X_5)	87
Gambar 4.11. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>) (X_6)	89
Gambar 4.12. Garis Kontinum Variabel Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>) (X_6)	90
Gambar 4.13. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses (<i>Process</i>) (X_7)	91
Gambar 4.14. Garis Kontinum Variabel Proses (<i>Process</i>) (X_7)	92
Gambar 4.15. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Menabung Mahasiswa (Y)	94
Gambar 4.16. Garis Kontinum Variabel Minat Menabung Mahasiswa (Y)	95

Gambar 4.17. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (Z).....	97
Gambar 4.18. Garis Kontinum Variabel Kepercayaan (Z)	98
Gambar 4.19. Diagram Konseptual Model <i>Partial Least Square</i>	98
Gambar 4.20. Diagram Nilai <i>Loading Factor</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	102
Gambar 4.21. Model Struktural (koefisien jalur, beta).....	112
Gambar 4.22. Nilai Signifikansi (t-hitung)	113



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian	141
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	142
Lampiran 3 Data Populasi Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	149
Lampiran 4 Data Penelitian Tanggapan Reponden.....	150
Lampiran 5 Output SPSS Validitas & Reliabilitas Instrumen	159
Lampiran 6 Output Smart PLS Uji Outer dan Inner Model.....	167

