

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
PEDOMAN TRANSLITASI	vii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Penelitian Terdahulu	11
F. Kerangka Pemikiran	13
G. Hipotesis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA PERSEPSI KONSUMEN, PREFERENSI KONSUMEN DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH	17
A. Konsep dan Teori tentang Persepsi Konsumen	17
1. Pengertian Persepsi	17
2. Proses Persepsi Konsumen/Nasabah	20
3. Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi	22
4. Faktor-faktor Struktural	25
5. Implikasi Pemasaran dari Persepsi	26
6. Persepsi dalam Pandangan Al Quran	28
7. Dimensi Persepsi Konsumen	30
B. Konsep dan Teori tentang Preferensi Nasabah	31
1. Pengertian Preferensi atau Perilaku Nasabah	31

2.	Model Perilaku Konsumen atau Nasabah	32
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	34
4.	Perilaku Konsumen dalam Pandangan Islam	39
5.	Dimensi Preferensi Konsumen	42
C.	Konsep dan Teori tentang Keputusan Nasabah	42
1.	Model Perilaku Konsumen	42
2.	Perilaku Konsumen Dalam Islam	43
3.	Teori Pengambilan Keputusan	44
4.	Keputusan Memilih Bank	47
5.	Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	60
6.	Dimensi Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan iB Masalah bank bjb syariah KCP Cikampek	62
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	64
A.	Obyek Penelitian	64
B.	Jenis Penelitian	64
C.	Populasi dan Sample	64
D.	Operasional Variabel Penelitian	65
E.	Sumber Data	67
F.	Teknik Pengumpulan data	67
G.	Analisis Data	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A.	Kondisi Objektif BJB Syariah	74
B.	Karakteristik Responden/Calon Nasabah	83
C.	Pengujian Validitas dan Realibilitas Instrumen	86
D.	Analisis Deskripsi Variabel	90
E.	Pengujian Asumsi Klasik	103
F.	Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah	107
G.	Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah	111
H.	Pengaruh Persepsi Konsumen dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan IB Masalah	116

BAB V	PENUTUP	122
BAB V	A. Simpulan	122
	B. Temuan	123
	C. Saran/Masukan	124
DAFTAR PUSTAKA		125



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Aset (Milyar Rp) dan Jaringan Kantor Perbankan Syariah	2
Tabel 1.2	Perkembangan Dana Pihak Ketiga, Penyaluran Dana (Milyar Rp) dan Finance to Deposit Ratio (FDR)	3
Tabel 1.3	Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga bank bjb KCP Cikampek (Juta)	7
Tabel 1.4	Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga bjb Syariah KCP Cikampek (Juta)	7
Tabel 1.5	Pertumbuhan Rekening Tabungan IB Masalah di bjb Syariah KCP Cikampek (2014-2019)	8
Tabel 1.6	Finance to Deposit Ratio bjb Syariah KCP Cikampek	9
Tabel 3.1	Operasional Variabel	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	84
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	85
Tabel 4.5	Uji Validitas Instrumen Persepsi Konsumen	86
Tabel 4.6	Uji Validitas Instrumen Preferensi Konsumen	87
Tabel 4.7	Uji Validitas Instrumen Keputusan Nasabah	88
Tabel 4.8	Uji Relibilitas Instrumen	90
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Konsumen	91
Tabel 4.10	Perhitungan Nilai Garis Kontinum Persepsi Konsumen	93
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Variabel Preferensi Konsumen	95
Tabel 4.12	Perhitungan Nilai Garis Kontinum Preferensi Konsumen	98

Tabel 4.13	Penjelasan Responden terhadap Keputusan Menjadi Nasabah	99
Tabel 4.14	Perhitungan Nilai Garis Kontinium Keputusan Menjadi Nasabah	103
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	105
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial	107
Tabel 4.17	Hasil Persamaan Regresi Linier	108
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)	116
Tabel 4.19	Nilai Koefisien Determinasi	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Market Share Perbankan Syariah	4
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembeli	59
Gambar 4.1	Garis Kontinium Persepsi Konsumen	94
Gambar 4.2	Garis Kontinium Preferensi Konsumen	98
Gambar 4.3	Garis Kontinium Keputusan Menjadi Nasabah	103
Gambar 4.4	Normal P-P Plot of Regression Standarize Residual Dependent Variable : Keputusan Nasabah	104
Gambar 4.5	Scatterplot Dependent Variable : Keputusan Menjadi Nasabah	106

