DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
NOTA DINAS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
KATA PENGANTAR x
TRANSLITERASI ARAB LATIN xix
DAFTAR ISI xxii
DAFTAR TABEL xxiii
DAFTAR GAMBAR xxiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan penelitian 3
D. Manfaat Penelitian 4
E. Sistematika Pembahasan 4

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka 7
B. Bank Syariah 11
    1. Pengertian Bank Syariah 11
    2. Dasar Hukum Bank Syariah 13
    3. Produk Bank Syariah 18

4. Menabung 21
a. Macam-macam Cara Menabung 21
b. Manfaat Menabung di Bank Syariah 22
C. Iklan 23
1. Pengertian Iklan 23
2. Iklan Dalam Perspektif Islam 27
D. Pendapatan 30
1. Pengertian Pendapatan 30
2. Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Kerja 32
3. Pendapatan dalam Perspektif Islam 33
E. Marketing (Pemasaran) 35
1. Pemasaran Mix (Bauran Pemasaran) 37
F. Perilaku Konsumen 39
1. Pengertian Perilaku 39
2. Pengertian Konsumen 40
3. Perilaku Konsumen Muslim 42
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 43
a. Faktor Budaya 43
b. Faktor Sosial 44
c. Faktor Pribadi 44
d. Faktor Psikologis 45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 47
B. Sumber Data 47
C. Teknik Pengumpulan Data 48
D. Populasi dan Sampel Penelitian 48
1. Populasi Penelitian 48
2. Sampel Penelitian 48
E. Operasional Variabel 48
F. Pengujian Hipotesis 49

1. Pengujian Secara Parsial (Uji-t) 49
2. Uji Simultan (Uji F) 49
G. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian 50
1. Skala Pengukuran Variabel 50
2. Uji Validitas 50
a. Hasil Uji Validitas 51
3. Uji Reliabilitas 52
4. Analisis Regresi Linier Berganda 52
H. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 53

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian 54
1. Sejarah Fakultas Ilmu Agama Islam 54
2. Visi dan Misi Fakultas Ilmu Agama Islam 55
3. Tujuan Pendidikan 56
B. Uji Instrumental 56
1. Hasil Uji Reliabilitas 56
C. Hasil Analisis Data Responden 57
1. Jenis Kelamin Responden 57
2. Pendapatan Responden 59
3. Berapa Lama Menggunakan Bank Syariah Responden 60
4. Jumlah Menabung Responden 61
D. Hasil Analisis Deskriptif Variabel 63
1. Tanggapan Responden Berdasarkan Iklan 64
E. Analisis Regresi Linier Berganda 65
F. Pengujian Hipotesis 66
1. Pengujian Secara Individual (Uji t) 66
2. Uji Signifikan (Uji F) 68
3. Koefisien Determinasi (R^2) 69
G. Pembahasan Hasil Penelitian 70
1. Aspek Perilaku Menabung di Bank Syariah 70

2. Aspek Pendapatan 71
3. Aspek Iklan 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas
   Iklan
   51
2. Tabel 4.2 : Hasil Uji
   Reliabilitas
   57
3. Tabel 4.3 : Jenis Kelamin
   Responden
   57
4. Tabel 4.4 : Pendapatan
   Responden
   59
5. Tabel 4.5 : Berapa Lama Menggunakan Bank Syariah
   Responden
   60
6. Tabel 4.6 : Jumlah Menabung
   Responden
   61
7. Tabel 4.7 : Kategori dan Interval Rataan
   Skor
   63
8. Tabel 4.8 : Analisis Responden Terhadap Variabel
   Iklan
   64
9. Tabel 4.9 : Hasil Analisis Linier
   Berganda
   65
10. Tabel 4.10 : Uji t
    Parsial
    66
11. Tabel 4.11 : Uji
    Simultan
    69
12. Tabel 4.12 : Koefisien
    Determinasi
    70

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 : Jenis Kelamin Responden 58
2. Gambar 4.2 : Pendapatan Responden 60
3. Gambar 4.3 : Berapa Lama Menggunakan Bank Syariah 61
4. Gambar 4.4 : Jumlah Menabung Responden 62

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA