

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Sidang Skripsi	ii
Pedoman Transliterasi Arab – Latin	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Skripsi.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Bank Islam	16
2.1.1.1 Definisi Bank Syariah	16
2.1.1.2 Visi, Peran dan Tujuan Bank Syariah	17
2.1.1.3 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	18
2.1.1.4 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah	20
2.1.1.5 Prinsip Jasa Bank Syariah	20
2.1.2 Pemasaran	21
2.1.3 Aktivitas Pemasaran Rasulullah SAW	22
2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa	23
2.1.4.1 Produk/ <i>products</i>	23
2.1.5 Pemasaran Menurut Islam.....	27
2.1.5.1 Pengertian Pemasaran Menurut Islam.....	27
2.1.5.2 Karakteristik Pemasaran Islam.....	27
2.1.6 Strategi Pemasaran jasa.....	28
2.1.7 Atribut Produk.....	30
2.1.7.1 Pengertian Atribut Produk	30
2.1.7.2 Unsur Atribut Produk.....	30
2.1.8 Merek	31
2.1.8.1 Ekuitas Merek	33
2.1.9 Kepribadian Merek Islam (<i>Islamic Brand Personality</i>).....	33
2.1.9.1 <i>Shiddiq</i>	35
2.1.9.2 <i>Amanah</i>	37
2.1.9.3 <i>Fathanah</i>	40
2.1.9.4 <i>Tabligh</i>	42
2.1.10 Kepribadian Merek (<i>Brand Personality</i>)	43

2.1.10.1	Pengertian <i>Brand Personality</i>	43
2.1.11	Perilaku Konsumen	46
2.1.11.1	Pengertian Perilaku Konsumen	46
2.1.11.2	Definisi Sikap Konsumen Muslim	47
2.1.12	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	48
2.2	Hubungan Antar Variabel	50
2.3	Penelitian sebelumnya.....	52
2.4	Hipotesis Penelitian dan Model Analisis	54
2.4.1	Hipotesis Penelitian.....	54
2.5	Model Analisis	54
2.6	Kerangka Berpikir.....	56
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		57
3.1	Pendekatan Penelitian	57
3.2	Identifikasi Variabel.....	57
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	58
3.4	Jenis Sumber data.....	62
3.5	Prosedur Pengumpulan data.....	63
3.5.1	Populasi dan Sampel	63
3.5.2	Teknik Penentuan Sampel.....	63
3.6	Proses Pengolahan Data	64
3.7	Analisis Data	65
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	65
3.8	Teknik Analisis	66
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.8.2	Uji Normalitas.....	68
3.8.3	Pengujian Hipotesis.....	69
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Gambaran Umum Bank Muamalat	71
4.1.1	Sejarah singkat Bank Muamalat	71
4.1.2	Visi dan Misi Bank Muamalat Surabaya	72
4.1.2.1	Visi Bank Muamalat Surabaya.....	72
4.1.2.2	Misi Bank Muamalat Surabaya.....	72
4.1.3	Arti Logo Bank Muamalat	73
4.1.4	Keterangan Logo dan Simbol PT. Bank Muamalat	73
4.1.5	Budaya Perusahaan	74
4.1.5.1	Profil Bank Muamalat Surabaya	75
4.1.6	Struktur Organisasi Bank Muamalat Surabaya	76
4.2	Karakteristik Responden	77
4.2.1	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	77
4.2.2	Karakteristik Responden menurut Usia	77
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	78
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan.....	79
4.2.5	Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan	80
4.2.6	Karakteristik Responden berdasarkan Informasi	81

4.2.7	Karakteristik Responden berdasarkan produk bank.....	82
4.2.8	Karakteristik Responden berdasarkan lama menjadi nasabah	82
4.3	Analisis Deskripsi Hasil Penelitian.....	83
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Shiddiq</i> (X_1).....	84
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Amanah</i> (X_2)	87
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Fathanah</i> (X_3)	88
4.3.4	Deskripsi Variabel <i>Tabligh</i> (X_4)	91
4.3.5	Deskripsi Variabel Loyalitas Merek (Y_1)	93
4.4	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	95
4.4.1	Hasil Uji Validitas	95
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	98
4.5	Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	99
4.5.1	Regresi Linier Berganda	99
4.5.2	Hasil pengujian asumsi klasik atau model analisis	102
4.5.2.1	Uji Multikoleransi	102
4.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	103
4.5.2.3	Uji Normalitas	104
4.5.2.4	Uji F	105
4.5.2.5	Uji t	106
4.6	Pembahasan.....	107
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL DAN MATRIK

Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	18
Tabel 2.2	Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil.....	19
Tabel 2.3	Indikator Karakter <i>shiddiq, amanah, tabligh, fathanah</i>	34
Tabel 2.4	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya.....	53
Tabel 4.0	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	77
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	77
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	78
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	79
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	81
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan produk bankk	82
Tabel 4.7	Karakteristik Responden berdasarkan lama menjadi nasabah	83
Tabel 4.8	Kategori Penelitian.....	84
Tabel 4.9	Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel <i>Shiddiq</i>	85
Tabel 4.10	Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel <i>Amanah</i>	87
Tabel 4.11	Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel <i>Fathanah</i>	89
Tabel 4.12	Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel <i>Tabligh</i>	91
Tabel 4.13	Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Merek ...	93
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Shiddiq</i> (X1)	95
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Amanah</i> (X2).....	96
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Fathanah</i> (X3).....	97
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tabligh</i> (X4).....	97
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y)	98
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	100
Tabel 4.21	Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Bebas.....	103
Tabel 4.22	Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas Variable Bebas	104
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Uji F.....	105
Tabel 4.24	Pengambilan Keputusan dari Hasil Pengujian t-Hitung	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Five Product Level	25
Gambar 2.2	Model Kepribadian Merek	46
Gambar 2.3	Model Analisis	54
Gambar 2.4	Kerangka Berpikir	56
Gambar 4.1	Logo Bank Muamalat	73
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Bank Muamalat Surabaya	76
Gambar 4.2.3	Grafik Normalitas Data	105

