

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Literasi Keuangan Syariah	13
2. Fasilitas Layanan.....	26
3. Islamic Branding	30
4. Keputusan Pembelian	36
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Pemikiran.....	55
D. Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Metode Penelitian.....	60
B. Operasional Variabel.....	61
C. Populasi dan Sampel	69
D. Teknik Pengumpulan Data	71
E. Instrumen Penelitian.....	72

F. Uji Persyaratan Analisis	86
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	88
H. Tempat dan Waktu Penelitian	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	99
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	99
B. Hasil Penelitian	102
C. Pembahasan.....	139
BAB V PENUTUP.....	152
A. Simpulan	152
B. Saran	154
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Operasional Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1)	62
Tabel 3.2 Operasional Variabel Fasilitas Layanan (X_2).....	64
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Islamic Branding</i> (X_3).....	66
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y).....	68
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen	73
Tabel 3.6 Daftar Skor Positif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya	77
Tabel 3.7 Daftar Skor Negatif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya.....	78
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1).....	79
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Fasilitas Layanan (X_2).....	80
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Islamic Branding</i> (X_3).....	81
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	82
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1).....	83
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Layanan (X_2)	84
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Islamic Branding</i> (X_3).....	84
Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y).....	85
Tabel 3.16 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	92
Tabel 3.17 Waktu Penelitian	98
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	102
Tabel 4.2 Hasil Uji Linearitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1)	103
Tabel 4.3 Hasil Uji Linearitas Variabel Fasilitas Layanan (X_2).....	104
Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Islamic Branding</i> (X_3).....	104
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	106
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1)	109
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan Syariah (X_1).....	110
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Fasilitas Layanan (X_2)	112
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Fasilitas Layanan (X_2).....	113

Tabel 4.10 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Fasilitas Layanan (X_2).....	114
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Islamic Branding (X_3).....	115
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Fasilitas Layanan (X_2).....	116
Tabel 4.13 Total Keseluruhan Kuesioner dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Islamic Branding	117
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y).....	118
Tabel 4.15 Tabel Distribusi Frekuensi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y).....	119
Tabel 4.16 Hasil Uji Korelasi Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah	122
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Sederhana Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	123
Tabel 4.18 Hasil Uji Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	124
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	125
Tabel 4.20 Hasil Uji Korelasi Sederhana Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	126
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	127
Tabel 4.22 Hasil Uji t Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah	128
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	129
Tabel 4.24 Hasil Uji Korelasi Sederhana Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	130
Tabel 4.25 Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	131
Tabel 4.26 Hasil Uji t Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	133
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	134

Tabel 4.28 Hasil Uji Korelasi Berganda Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas Layanan dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	135
Tabel 4.29 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas Layanan dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	136
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas Layanan dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	137
Tabel 4.31 Hasil Uji F Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas Layanan dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Observasi Jumlah Data Nasabah Menggunakan Produk BSI KCP Cilacap Diponegoro	8
Gambar 1.2 Grafik Hasil Quisioner Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah BSI Cilacap Diponegoro	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI Cilacap Diponegoro	101
Gambar 4.2 Histogram Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1).....	111
Gambar 4.3 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden Dari Indikator-Indikator Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1).....	111
Gambar 4.4 Histogram Variabel Fasilitas Layanan (X_2)	114
Gambar 4.5 Histogram Variabel Islamic Branding (X_3).....	117
Gambar 4.6 Histogram Variabel Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	120
Gambar 4.7 Total Keseluruhan Kuesioner Dengan 100 Responden dari Indikator-Indikator Variabel Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah	120