

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Muslim.....	14
2.1.2 <i>Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2</i>	19
2.1.3 Penelitian Terdahulu	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.3 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1 Variabel Penelitian	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43

3.2	Populasi dan Sampel	48
3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Metode Analisis Data	52
3.5.1	Analisis Deskriptif	52
3.5.2	Analisis Kuantitatif	53
3.5.4	Analisis Regresi Logistik	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1	Gambaran Umum Bank Aladin Syariah	61
4.1.2	Struktur Organisasi Bank Aladin Syariah	62
4.1.3	Produk Bank Aladin Syariah	62
4.2	Gambaran Umum Responden	65
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
4.2.4	Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	68
4.2.5	Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten	69
4.3	Analisis Indeks Jawaban	71
4.3.1	Indeks Jawaban Variabel Performance Expectancy	71
4.3.2	Indeks Jawaban Variabel Effort Expectancy	72
4.3.3	Indeks Jawaban Variabel Social influence	73
4.3.4	Indeks Jawaban Variabel Facilitating conditions	74
4.3.5	Indeks Jawaban Variabel Hedonic motivation	74
4.3.6	Indeks Jawaban Variabel Price value	75
4.3.7	Indeks Jawaban Variabel Habit	76
4.3.8	Indeks Jawaban Variabel Religiosity	76
4.4	Analisis Kuantitatif	78
4.4.1	Uji Validitas	78

4.4.2 Uji Reliabilitas.....	79
4.4.3 Uji Asumsi Multikolinearitas.....	81
4.5 Analisis Regresi Logistik Biner	84
4.5.1 Estimasi Parameter Model Regresi Logistik	84
4.5.2 Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer and Lameshow Test)	88
4.5.3 Menguji Keseluruhan Parameter dengan Menggunakan Uji G.....	89
4.5.4 Menguji Parameter Secara Parsial	90
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian	96
4.5.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	97
4.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	98
4.5.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	99
4.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	100
4.5.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	101
4.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	102
4.5.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	103
4.5.8 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	104
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.3 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	118