

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4. Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Word of mouth</i>	18
2.1.3 Literasi Keuangan.....	33
2.1.4 Pemahaman Produk.....	35
2.1.5 Religiusitas	37
2.1.6 Keputusan Pembelian	39
2.2 Teori Penunjang Umum	29
2.2.1 Theory of Planned Behavior (TPB).....	18
2.2.2 Teori Utilitas.....	20
2.2.3 <i>Asymmetric Information Theory</i> (Teori Asimetris Informasi)	22
2.2.4 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>).....	24
2.2.5 Teori Konsumsi Islami	27

2.3 Penelitian Terdahulu	42
2.4 Hubungan Antar Variabel	49
2.4.1 Hubungan <i>Word of mouth</i> dan Keputusan Pembelian.....	49
2.4.2 Hubungan <i>Income</i> dan Keputusan Pembelian.....	51
2.4.3 Hubungan Literasi Keuangan dan Keputusan Pembelian	53
2.5 Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	65
3.1.1 Variabel Penelitian	65
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	68
3.2 Populasi dan Sampel	74
3.2.1 Populasi	74
3.2.2 Sampel	76
3.3 Jenis dan Sumber Data	78
3.3.1 Data Primer	78
3.4 Metode Pengumpulan Data	79
3.4.1 Jenis dan Format Kuesioner	79
3.4.3 Waktu Pengumpulan Data.....	81
3.4.4 Alasan Pemilihan Metode Pengumpulan Data.....	81
3.5 Metode Analisis	83
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	83
3.5.2 Uji Kualitas Data	84
3.5.3 Uji Kelayakan Model Regresi Logistik.....	86
3.5.4 Analisis Regresi Logistik Biner.....	91
3.5.5 Pengujian Hipotesis	94
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	98
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	98
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	98
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	99
4.2 Analisis Data	105
4.2.1 Uji Validitas	106

4.2.2 Uji Reliabilitas	110
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....	111
4.2.4 Uji Kelayakan Model Regresi	113
4.2.5 Pengujian Hipotesis	120
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	123
4.3.1 Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	123
4.3.2 Pengaruh <i>Income</i> terhadap Pembelian.....	123
4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian.....	124
4.3.4 Pengaruh Pemahaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3.5 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3.6 Pembahasan Model Secara Keseluruhan.....	126
BAB V PENUTUP	127
5.1. Kesimpulan	127
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	128
5.3 Saran.....	129
5.3.1 Saran bagi Perusahaan Penyedia Layanan Asuransi.....	129
5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	141
LAMPIRAN A.....	142
LEMBAR KUESIONER	142

FEB UNDIP