

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	2
1.3. Perumusan Masalah.....	17
1.4. Pertanyaan Penelitian	18
1.5. Tujuan Penelitian.....	19
1.6. Manfaat Penelitian.....	19
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	22
2.1. Rangkuman Teori dan Penelitian Terdahulu.....	22
2.1.1. Pemasaran	22
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.3. Perilaku Konsumen	24
2.1.4. Kualitas Layanan.....	25
2.1.5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	26
2.1.6. Promosi	26
2.1.7. <i>Public Relation</i>	27
2.1.8. Citra Lembaga/Perusahaan.....	28
2.1.9. Religiusitas.....	29

2.1.10.	Minat Pembelian.....	31
2.1.11.	Zakat.....	32
2.1.12.	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Lembaga, dan Religiusitas terhadap Minat Pembelian	33
2.1.13.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.2.	Kerangka Pemikiran	41
2.3.	Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1.	Jenis Penelitian	44
3.2.	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3.	Tahapan Penelitian	48
3.4.	Populasi dan Sampel	49
3.4.1.	Populasi.....	49
3.4.2.	Sampel.....	51
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	52
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1.	Uji Validitas	54
3.6.2.	Uji Reliabilitas	57
3.7.	Teknik Analisis Data	58
3.7.1.	Analisis Deskriptif	58
3.7.2.	<i>Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	60
3.7.3.	Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1.	Karakteristik Responden	66
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Zakat.....	71
4.2.	Hasil Penelitian.....	73
4.2.1.	Hasil Analisis Deskriptif.....	73
4.2.2.	Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	80

4.2.2.1.	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen)	81
4.2.2.2.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	86
4.2.2.3.	Hasil Uji Reliabilitas	89
4.2.3.	Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	90
4.2.4.	Hasil Uji Hipotesis	92
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1.	Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	94
4.3.2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat <i>Muzakki</i> Kota Bandung Membayar Zakat di Rumah Zakat	98
4.3.3.	Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat <i>Muzakki</i> Kota Bandung Membayar Zakat di Rumah Zakat	99
4.3.4.	Pengaruh Religiusitas terhadap Minat <i>Muzakki</i> Kota Bandung Membayar Zakat di Rumah Zakat	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1.	Kesimpulan.....	102
5.2.	Saran.....	103
5.2.1.	Aspek Teoritis	103
5.2.2.	Aspek Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		112