

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 GAN Properti	1
1.1.2 Bank Syariah	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Aspek Akademis	16
1.5.2 Manfaat Aspek Praktis	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Religiusitas	17
2.1.2 Persepsi Risiko	18
2.1.3 Kesadaran Merek	19
2.1.4 Minat Penggunaan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3.1 Hubungan Religiutas terhadap Minat Penggunaan.....	34
2.3.2 Hubungan Persepsi Risiko terhadap Minat penggunaan.....	34

2.3.3 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Minat penggunaan	35
2.3.4 Hubungan Religiusitas terhadap keasadaran Merek	35
2.3.5 Hubungan persepsi risiko terhadap keasadaran Merek.....	36
2.3.6 Hubungan Religiusitas yang dimediasi Kesadaran merek mempengaruhi terhadap Minat penggunaan	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
2.5 Ruang Lingup Penelitian.....	38
BAB III	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Operasional Variabel.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.4 Pengumpulan Data	50
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Analisis Deskriptif	57
3.6.2 Structural Equation Modelling (SEM).....	59
3.6.3 Partial Least Square (PLS).....	59
3.6.4 Pengukuran Struktural (Inner Model).....	59
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1..... Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	

4.1.2.....	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3.....	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
4.1.4.....	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.5...	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata Rata Pendapatan Perbulan	67
4.1.6.....	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk KPR Yang Ingin Digunakan	68
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1.....	Analisis Deskriptif	69
4.2.2	Analisis PLS-SEM.....	88
4.2.3	Uji Hipotesis dan Signifikansi	104
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	109
4.3.1	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan	109
4.3.2	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan.....	110
4.3.3	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Penggunaan	112
4.3.4	Pengaruh Religiusitas Terhadap Kesadaran Merek	114
4.3.5	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kesadaran Merek	116
4.3.6	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Melalui Kesadaran Merek	117
4.3.7	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Melalui Kesadaran Merek	119
BAB V.....		121
KESIMPULAN DAN SARAN.....		121
5.1	Kesimpulan	121
5.2	Saran Untuk Perusahaan Perbankan Syariah	125

5.3	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	126
	DAFTAR PUSTAKA	130
	LAMPIRAN.....	144
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	144
	A. Screening Question	145
	B. KUESIONER PENELITIAN	147
	Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data (30 Sampel).....	152
	Variabel Religiusitas	152
	Variabel Persepsi Risiko	153
	Variabel Kesadaran Merek.....	154
	Variabel Minat Penggunaan	155
	Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	156
	Hasil Uji Validitas Konvergen Loading Factor (Cross Loading)	156
	Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell-Larcker criterion.....	157
	Hasil Uji Reliabilitas Construct reliability and validity.....	157
	Lampiran 4: Hasil Tabulasi Data	158
	1. Variabel Religiusitas	158
	2. Variabel Persepsi Risiko	169
	3. Variabel Kesadaran Merek.....	180
	4. Variabel Minat Penggunaan.....	191
	Lampiran 5: Hasil Perhitungan Data SmartPLS	202
	Outer Loading – Loading Factor.....	202
	Construct reliability and validity	203
	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix	203
	Fornell-Larcker criterion	203
	Cross Loading	204
	Inner model – List	205
	Model fit.....	205
	R-square	205

f-square.....	205
Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values.....	206
Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values	206
PLSpredict LV summary	206