DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TRANSLITERASI xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan Penelitian 9

D. Kegunaan Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA 11

A. Landasan Teori 11

1. Pengambilan Keputusan Konsumen 11

2. Preferensi Konsumen 33

3. Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam 35

4. Produk Simpanan 39

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 45

C. Kerangka Konseptual 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis 48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 53
A. Jenis Penelitian 53
B. Waktu dan Tempat Penelitian 54
C. Populasi dan Sampel 54
D. Variabel Penelitian 56
E. Definisi Operasional 57
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 58
G. Data dan Sumber Data 60
H. Teknik Pengumpulan Data 61
I. Teknik Analisis Data 62
BAB IV HASIL PENELITIAN 66
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 66
1. Lokasi Penelitian 66
2. Karakteristik Responden 73
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 77
C. Analisis Data 80
BAB V PEMBAHASAN 98
BAB VI PENUTUP 120
A. Kesimpulan 120
B. Saran 121
DAFTAR PUSTAKA 123
LAMPIRAN 128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id