

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 Lingkup 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 Signifikasi	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