

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.2 Hasil Penelitian Relevan	23
2.3 Kerangka Teoritik	25
2.4 Model Penelitian	27
2.5 Hipotesis	28
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian.....	30
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30

3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data dan Variabel Operasional	33
3.6 Skala Pengukuran.....	37
3.7 Metode Analisis.....	37
3.8 Uji Instrumen.....	38
3.9 Pengujian Hipotesis.....	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif Unit Analisis	45
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi Manajerial.....	73
5.3 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia.....	2
1.2	Top 50 Most Valuable Indonesian Brands 2015..	4
1.3	jaringan kantor individual perbankan syariah 2015.....	46
1.4	Perbandingan Jurnal Penelitian	23
2.1	Hasil Penelitian yang Relevan	59
3.1	Jumlah Sampel Penelitian yang Relevan.....	32
3.2	Operasionalisasi Variabel (Y), (X1), (X2), (X3).....	35
3.3	Skala Likert.....	37
4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	45
4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Rekening yang Digunakan.....	48
4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	48
4.7	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pernikahan....	49
4.8	Jumlah Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Tabungan.....	50
4.9	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Tabungan.....	52
4.10	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Lama Menjadi Nasabah....	53
4.11	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Lama Menjadi Nasabah.....	55
4.12	Penjelasan Responden atas Variabel Perceived Quality.....	56
4.13	Penjelasan Responden atas Variabel Brand Image.....	57
4.14	Penjelasan Responden atas Variabel Brand Awareness.....	59

4.15	Penjelasan Responden atas Variabel Brand Equity.....	60
4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Quality (X1).....	62
4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2).....	62
4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness (X3).....	63
4.19	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Equity (Y).....	63
4.20	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.21	Hasil Uji Normalitas.....	64
4.22	Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
4.23	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.24	Hasil Uji Linearitas.....	66
4.25	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.26	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	68
4.27	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II.1	Model Penelitian	28

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	CROSSTAB
LAMPIRAN 3	OUTPUT UJI VALIDITAS
LAMPIRAN 4	OUTPUT UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN 5	OUTPUT UJI NORMALITAS
LAMPIRAN 6	OUTPUT UJI HETEROSKEDASTISITAS
LAMPIRAN 7	OUTPUT REGRESI LINEAR
LAMPIRAN 8	OUTPUT REGRESI LINEAR BERGANDA
LAMPIRAN 9	UJI HIPOTESIS (T DAN F)
LAMPIRAN 10	KOEFISIEN DETERMINASI
LAMPIRAN 11	<i>KORELASI</i>
LAMPIRAN 12	SKALA LIKERT
LAMPIRAN 13	OUTPUT SPSS