



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN KOGNITIF DAN PERILAKU KONSUMEN AFEKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMBIAYAAN KPR PADA BANK MUAMALAT CABANG CIREBON

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)
pada Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Disusun oleh :

FIQOH DWI SUTRISNO

NIM. 14112210048



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1437 H / 2015



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN KOGNITIF DAN PERILAKU KONSUMEN AFEKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMBIAYAAN KPR PADA BANK MUAMALAT CABANG CIREBON

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)
pada Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Disusun oleh :

FIQOH DWI SUTRISNO

NIM. 14112210048



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1437 H / 2015



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ABSTRAK

FIQOH DWI SUTRISNO. NIM 14112210048 : **Pengaruh Perilaku Konsumen Kognitif dan Perilaku Konsumen Afeksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk KPR pada Bank Muamalat Cabang Cirebon. Skripsi 2015**

Keputusan pembelian oleh nasabah dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri baik dari perilaku kognitif maupun perilaku afeksi. konsumen atau nasabah merupakan muara dari semua produksi, semakin dekat dengan nasabah maka produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon akan semakin diterima oleh nasabah atau konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang ditujukan pada nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon. Dengan jumlah sampel yang diteliti berjumlah 73 nasabah. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling acak (*random sampling*). Untuk teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, serta teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, pengujian statistic menggunakan uji analisis regresi berganda, uji T parsial, uji F simultan dan uji determinasi berganda.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah keseluruhan variable berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Cabang Cirebon, baik secara individu (parsial) maupun bersama-sama (simultan).

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen Kognitif, Perilaku Konsumen Afeksi dan Pengambilan Keputusan Pembelian.*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ABSTRACT

FIQOH DWI SUTRISNO. NIM 14112210048: **Influence Consumer Behavior Cognitive and Affective, Against Buying Decision Housing Credit Products at Bank Muamalat Branch Cirebon. Thesis 2015**

Purchasing decisions by customers affected by consumer behavior itself both cognitive behavioral and affective behavior. consumer or customer is the estuary of all production, getting closer to customers, the products offered by Bank Muamalat Indonesia Cirebon Branch will be accepted by the customer or consumer.

The method used in this research is quantitative method, data collection through questionnaires aimed at customers of Bank Muamalat Indonesia Cirebon branch. With the number of sample studied amounted to 73 customers. The sampling technique in this study is a random sampling (random sampling). For data collection techniques using questionnaires and documentation, as well as data analysis techniques using validity, reliability test, normality test, heterokedastisitas, multicollinearity test, the test statistic test multiple regression analysis, partial T test, F test and test simultaneously multiple determination.

The conclusion of this study is the overall variable influence on purchasing decisions significant mortgage products at Bank Muamalat branch Cirebon, both individually (partial) or together (simultaneously).

Keywords: *Behavioral Consumer Cognitive, Behavioral Consumer Affective, Purchase Decision Making.*



التلخيص

فقه دوي سوتريسنو

1411221008

تأثير سلوك المستهلك المعرفي و سلوك المستهلك العاطفي إلى قرار بيع نتاج رهن العقاري في
البنك معاملة الفرعية شربون، الرسالة 2015

يؤثر قرار البيع بسلوك المستهلك نفسه من السلوك المعرفي أو السلوك العاطفي. كان
المستهلك أو العملاء إتجاهها عند كل نتاج. إذا قرب النتاج إلى الملاء فقبل جميع نتاج البنك
المعاملة عند المجتمع أو العملاء.

الطريقة التي إستخدمتها الباحثة هي البحث الكمي. و تكنيك جمع البيانات هو
الإستطلاع الذي يوجه عملاء البنك المعاملة بإندونيسيا، شربون بعدد العينات المبحوثة عددها
73 نفرًا من العملاء. و أما تكنيك أخذ البيانات هو العينة العشوائية. و تكنيك جمع
البيانات بالإستطلاع و التوثيق. و أما طريقة تحليل البيانات هي الموثوقية و المساومة و
الاختبار الخطية المتعددة ، اختبار الإحصائية باستعمال اختبار تحليل الانحدار المتعدد، اختبار
t و اختبار f.

و النتيجة لهذا البحث هي أن المتغيرات لها أهمية خاصة في قرار بيع رهن العقاري في
البنك المعاملة الفرعية شربون نفسية أو إجتماعية.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH PERILAKU KONSUMEN KOGNITIF DAN PERILAKU KONSUMEN AFEKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KPR PADA BANK MUAMALAT CABANG CIREBON” oleh Fiqoh Dwi Sutrisno, NIM 14112210048, telah diujikan dalam sidang munaqosah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.I) pada Program Studi Muamalat Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Agustus 2015

Sidang Munaqosah

Ketua,
Merangkap Anggota

H. Juju Jumena, SH., MH
NIP. 19720514 200312 1 003

Penguji I,

Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 200501 1 004

Sekretaris,
Merangkap Anggota

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Penguji II,

Ridwan Widagdo, SE., M.Si
NIP. 19730304 200710 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
NOTA DINAS	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Pembelian	8
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	9
2. Identifikasi Masalah Terhadap Pengambilan Keputusan	10



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.	Fungsi dan Tujuan Pengambilan Keputusan	13
4.	Perspektif Pengambilan Keputusan	13
5.	Tahapan Pengambilan Keputusan.....	16
6.	Pengambilan Keputusan Perspektif Islam	21
B.	Perilaku Konsumen Kognitif	24
1.	Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.	Pengertian Perilaku Konsumen Kognitif	26
3.	Pembelajaran Kognitif.....	27
4.	Proses Pengambilan Keputusan Kognitif	32
C.	Perilaku Konsumen Afeksi	34
1.	Pengertian Perilaku Afeksi	34
2.	Jenis Tanggapan Afeksi.....	35
3.	Sistem Afeksi.....	37
4.	Perilaku Konsumen Perspektif Islam	39
D.	Penelitian Terdahulu	41
E.	Kerangka Pemikiran	45
F.	Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
A.	Sasaran, Lokasi dan Waktu Penelitian	48
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
C.	Operasional Variabel.....	49
1.	Variabel Bebas (<i>Independen</i>).....	49
2.	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>).....	49
D.	Data dan Sumber Data	53
1.	Data	53



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Sumber Data.....	53
3. Teknik Pengumpulan Data.....	54
E. Populasi dan Sampel	54
F. Instrumen Penelitian	55
G. Uji Intstrumen Penelitian	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	57
H. Teknik Analisis Data.....	59
1. Uji Asumsi Klasik.....	59
1) Normalitas Data	59
2) Multikolinearitas	62
3) Heteroskedastisitas	63
I. Uji Statistik	65
1. Uji Regresi Linier Sederhana	65
2. Uji T.....	66
3. Uji F.....	66
4. Uji Koefisien Determinasi Berganda	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Bank Muamalat Indonesia	68
1. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Muamalat.....	68
2. Visi dan Misi Bank Muamalat	71
3. Produk-produk Bank Muamalat.....	71
B. Karakteristik Responden	75
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	77
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	79
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	80
7. Tanggapan Responden Tentang Perilaku Kosnumen Kognitif	81
8. Tanggapan Responden Tentang Perilaku Konsumen Afeksi	83
9. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	85
C. Trasformasi Data	88
D. Uji Instrumen Penelitian	88
1. Uji Validitas	88
2. Uji Reliabilitas.....	90
E. Analisis Data	91
1. Uji Regresi Linier Berganda	91
2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial	93
3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	94
4. Uji Koefisien Determinasi Beganda.....	95
F. Analisis Ekonomi	96



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran-saran	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan ...	17
Gambar 2.2 Diagram Alur Generik dari Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	19
Gambar 2.3 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen	33
Gambar 2.4 Alur Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3.1 Grafik Histogram.....	60
Gambar 3.2 Grafik P-Plot	61
Gambar 3.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	65



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	50
Tabel 3.2 Skala Likert	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 3.4 Hasil Uji Multikoloniaritas	63
Tabel 3.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	77
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Perilaku Konsumen Kognitif	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Perilaku Konsumen Afeksi	83
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen Kognitif	89
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen Afeksi	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	92
Tabel 4.15 Hasil Uji T Parsial	93



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Tabel 4.16 Hasil Uji F Simultan	95
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	96



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Simbol Huruf Arab	Transliterasi
ا	A
ب	B
ت	T
ث	Ts
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Dz
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	Sh
ض	Dh
ط	Th
ظ	Zh
ع	'
غ	G
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M



ن	N
و	W
ه	H
ي	Y
ء	‘

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab terdiri dari vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong). Vokal tunggal dalam Bahasa Arab (harkat) *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *dhammah* ditulis “u”. Sedangkan untuk diftong *fathah* dan *ya* ditulis “ai”, *fathah* dan *wau* ditulis “au”.

3. Maddah

Untuk *maddah* (vokal panjang) ditulis ā, ī, dan ū.

4. Ta marbuthah (ة)

Transliterasi untuk *ta marbuthah* ada tiga. *Ta marbuthah* yang hidup (mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah) disimbolkan dengan huruf “t”. *Ta marbuthah* yang mati (mendapat harkat sukun) maka disimbolkan dengan huruf “h”. Jika pada suatu kata yang berakhiran *ta marbuthah* diikuti dengan kata yang menggunakan kata sandang “al”, serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka transliterasinya ada dua, bisa ditulis *raudhah al-athfāl* atau *raudhatul atfāl*.

5. Tasydīd

Tasydid disimbolkan dengan penggandaan huruf yang ditasydidkan. Misalnya, kata *Muhammad*, *al-hajju*, atau *rabbānā*.

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam Bahasa Arab yang disimbolkan dengan “al” ditransliterasikan dalam dua bentuk. Jika kata sandang tersebut diikuti dengan huruf *syamsiyah*, ditransliterasikan disambungkan seperti contoh kata ini: *ar-rajulu*, *asy-*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

syamsu, *ad-dīn*, dan lain-lain. Sedangkan kata sandang yang diikuti dengan huruf *qamariyah*, maka transliterasinya adalah *al-qalam*, *al-kitāb*, *al-mā'*, dan lain-lain.

7. Hamzah

Hamzah di awal kata ditransliterasikan dengan huruf vokal (a, i, u). Sedangkan hamzah di tengah dan di akhir kata, maka menggunakan koma terbalik di atas (').

8. Huruf Kapital

Penggunaan huruf kapital dalam transliterasi Arab-Latin mengikuti pedoman EYD.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia adalah bangsa yang besar di bandingkan dengan negara-negara yang berada dikawasan Asia Tenggara dan negara yang berpenduduk terbesar ke 4 dunia menurut Departemen Perdagangan Amerika Serikat.¹ Mayoritas masyarakat Indonesia sangatlah dipengaruhi oleh sektor konsumsi. Maka dari itu Indonesia adalah pasar besar bagi bangsa lain untuk memasarkan barangnya ke Indonesia, sehingga penyumbang tingginya pertumbuhan Indonesia salah satunya dari sektor konsumsi masyarakat Indonesia.

Besarnya bangsa Indonesia dilihat dari beranekaragam suku budaya, ras, agama dan adat istiadat yang akan mempengaruhi bagaimana mereka mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Banyaknya masyarakat Indonesia semua harus memenuhi kebutuhan hidupnya seperti kebutuh primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi oleh manusia selain sandang dan pangan adalah tempat tinggal atau rumah.

Menurut pandangan Islam tentang kebutuhan, kebutuhan merupakan konsep yang lebih bernilai dari pada keinginan (*want*). Dalam perspektif Al-Qur'an, kebutuhan ditentukan oleh *masalahah*.² Konsep kebutuhan dalam Islam tidak terlepas dari kajian perilaku konsumen dari kerangka *maqosid syari'ah* (tujuan syariah).³ Menurut Al-Syatibi aktifitas ekonomi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang menyatakan kemaslahatan seperti yang didefinisikan syariah harus diikuti sebagai kewajiban agama untuk memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.⁴ Maka dengan kata lain, seluruh aktifitas ekonomi yang mengandung kemaslahatan bagi manusia disebut kebutuhan (*need*).

Akhir-akhir ini kebutuhan akan tempat tinggal semakin banyak, dilihat dari semakin menjamurnya pembangunan kompleks perumahan. Menurut Asosiasi

¹<http://finance.detik.com/read/2014/03/06/134053/2517461/4/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besar> tanggal 16-10-2014 pukul 07.22 WIB.

² Zaki Fuad, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta; Erlangga, 2009), 89.

³ Zaki Fuad, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, 94.

⁴ Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2010), 386.

pengembang Real Estat Indonesia (REI) mendapatkan data sektor properti menyumbang pertumbuhan ekonomi sebesar 28 persen. Pertumbuhan dari sektor properti di Indonesia ditinjau dari pengeluaran konsumsi sektor bangunan.⁵ Sebab pertumbuhan rumah semakin tinggi yaitu peningkatan jumlah penduduk dan jumlah keluarga dalam masyarakat, dan pertumbuhan jumlah tingkat pendapatan masyarakat.⁶ Peluang ini tentu dimanfaatkan oleh banyak pihak seperti pihak perbankan yang menyediakan produk pembiayaan rumah.

Khususnya para perbankan syariah, mereka berlomba-lomba untuk membuat produk pembiayaan perumahan dengan harga yang kompetitif. Keinginan masyarakat ialah mendapatkan hunian yang nyaman dan kemudahan untuk memperoleh hunian dengan harga yang bersaing. Dari sinilah bank-bank dengan berbagai strateginya merayu dan mempengaruhi psikologi masyarakat agar membeli produk KPRnya (Kredit Perumahan Rakyat).

Pada zaman sekarang ini masyarakat sudah lebih cerdas dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, sehingga sering banyak slogan “jadilah konsumen yang cerdas”. Oleh sebab itu, perilaku konsumen mutlak dipelajari oleh manajemen perbankan khususnya bagian atau divisi pemasaran untuk memilih strategi apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam. Apabila tidak mempelajari perilaku konsumen menurut para ahli pemasaran jika sebuah perusahaan hanya dapat memproduksi suatu barang atau jasa, tetapi tidak memahami secara tetap perilaku konsumen, maka tunggu saja “produk barang atau jasa pasti akan menjadi sampah.” Walaupun produk tersebut unggul dalam kualitas.⁷ Menurut Peter dan Olson yang dikutip dari buku konsumen dan pelayanan prima Daryanto dan Ismanto, menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah pengembangan program pemasaran yang didasarkan pada tahapan umum perilaku pembelian. Adapun tujuannya adalah untuk meningkatkan terjadinya setiap jenis perilaku

⁵<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/11/25/sektor-properti-sumbang-28-persen-pertumbuhan-ekonomi> tanggal 26-05-2014 pukul 20.30 WIB.

⁶ Suparmoko, *Ekonomi Publik*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2002), 121-122.

⁷ Etta, dan Sophia, *Perilaku Konsemen (Pendekatan Praktis)*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2013), 4.



(dari kontak materi hingga komunikasi pasca pembelian) dalam rangka mencapai tujuan pasar, yaitu meningkatkan keuntungan.⁸

Di era pasar penjual, ketika pasar dikuasai oleh penjual, jumlah penjual atau produsen masih sedikit. Hubungan produsen atau penjual dengan konsumen sangat erat dan dekat. Tidak sulit bagi produsen untuk memahami perilaku konsumen sehingga para produsen dengan mudah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Namun sebaliknya, di era pasar konsumen seperti sekarang ini, pasar dikuasai oleh konsumen. Hubungan penjual atau produsen dengan pembeli semakin jauh. Tidaklah mudah bagi produsen untuk memahami perilaku konsumen. Oleh karena itu, riset merupakan jawaban yang paling tepat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang perilaku konsumen karena kebutuhan konsumen yang lebih kompleks.⁹

Untuk meningkatkan jumlah pembiayaan bank khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon, pihak bank terus menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat agar calon nasabahnya tertarik untuk membeli produk pembiayaan khususnya pembiayaan KPR. Tidak hanya dalam manajemen *funding*, manajemen *financing* pun harus memiliki mutu pelayanan yang prima, dengan mutu pelayanan yang prima nasabah akan merespon dengan psikologi yang nyaman dan percaya serta diakhiri dengan keputusan untuk membeli produk *financing*. Dari tahun ke tahun jumlah masyarakat yang melakukan pembiayaan KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon terus mengalami kenaikan yang signifikan, pada tahun 2011 berjumlah 216, pada tahun 2012 berjumlah 317 dan pada tahun 2013 berjumlah 422 nasabah. Dari data diatas bahwasannya banyak masyarakat yang memutuskan untuk pembiayaan KPRnya di Bank Mamalat Indoonesia Cabang Cirebon.¹⁰

Sejak awal berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Nopember 1991 hingga sekarang banyak sekali penghargaan-penghargaan yang diberikan kepada Bank Muamalah salah satunya pada tahun 2004 mendapatkan penghargaan pembiayaan KPR dikarenakan pembiayaan KPR Muamalat dapat

⁸ Daryanto dan Ismanto, Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta; Gava Media, 2014), 17.

⁹ Etta, dan Sophia, *Perilaku Konsemen (Pendekatan Praktis)*, 6.

¹⁰ Data primer diolah.



memberikan hal positif yang signifikan kepada masyarakat dalam membantu kepemilikan properti. Tidak hanya penghargaan yang di dapat di balik itu juga pelayanan yang prima dengan aplikasi take over serta di dukung dengan 275 gerai yang ada diseluruh Indonesia, didukung juga oleh 4000 kantor pos, 32000 ATM serta 95000 merchant debit bank Muamalat terus berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi nasabahnya. KPR Muamalat melayani untuk pembiayaan kepemilikan properti bank baik *ready stock*, *second*, *indent*, renovasi, maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain.¹¹

Psikologi nasabah dalam mengambil keputusan pembelian produk KPR Muamalat berbeda-beda, seperti halnya terdapat perilaku nasabah yang melakukan pembelian dengan terlebih dahulu di lanjut penganalisaan produk yang akan di beli, lalu merasakan kepuasan atau ketidak puasan hal ini sering disebut perilaku afeksi, dan ada perilaku konsumen yang penganalisaan produk tersebut lalu setelah merasa cukup untuk mengenal produk tersebut nasabah akan membuat keputusan pembelian produk dan merasakan kepuasan atau ketidak puasan disebut dengan perilaku kognitif. Dari ilustrasi diatas saat pelanggan merasa puas dengan melakukan pembelian suatu produk, maka diharapkan konsumen akan loyal terhadap produk yang dibelinya. Dari psikologi konsumen untuk memutuskan pembelian suatu barang atau jasa berbeda-beda, sesuai dengan sifat keputusan itu sendiri, yaitu pengambilan keputusan yang kompleks, pengambilan keputusan yang terbatas, dan berdasarkan pengambilan keputusan kebiasaan.¹²

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan perilaku konsumen merupakan hal penting bagi perusahaan atau perbankan syariah untuk mencapai tujuannya. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh perilaku konsumen kognitif, dan perilaku konsumen afeksi dalam keputusan pembelian jasa pembiayaan kredit rumah KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

¹¹<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/14/09/23/nccsmc-outstanding-pembiayaan-bank-muamalat-naik-52-persen> tanggal 12-01-2015 pukul 12.28 WIB.

¹² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor; Gahlia Indonesia, 2010), 65.



B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam wilayah perilaku konsumen khususnya pada perilaku konsumen kognisi dan perilaku konsumen afeksi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Di peroleh dari berbagai data dan informasi yang ada dilokasi penelitian yakni para nasabah pembiayaan KPR pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

2. Jenis Masalah

Jenis masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh perilaku konsumen kognitif dengan perilaku konsumen afeksi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan kredit rumah (KPR).

3. Pembatasan Penelitian

Peneliti memberikan batasan pada masalah yang akan di teliti. Hal ini supaya penelitian ini tidak melebar pada permasalahan yang lain, dan diharapkan fokus dalam menganalisis masalah yang peneliti angkat. Penelitian ini akan difokuskan pada perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi dalam mengambil keputusan pembiayaan kredit rumah (KPR) di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

4. Pertanyaan Penelitian

- a. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen kognitif secara parsial terhadap keputusan pembelian pembelian pembiayaan kredit rumah (KPR) Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon ?
- b. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen afeksi secara parsial terhadap keputusan pembelian pembelian pembiayaan kredit rumah (KPR) Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon ?
- c. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeks secara simultan terhadap pengambilan keputusan



pembelian pembiayaan kredit rumah (KPR) Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar perilaku konsumen kognitif terhadap keputusan pembelian pembiayaan kredit rumah (KPR) Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perilaku konsumen afeksi terhadap keputusan pembelian pembiayaan kredit rumah (KPR) Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.
3. Untuk mengetahui seberapa besar perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon dalam mengambil pembiayaan kredit rumah (KPR) di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk pendalaman materi, serta analisis kritis terhadap masalah yang ditemukan dalam masyarakat khususnya pada perilaku konsumen yang kognitif dengan perilaku konsumen yang afeksi.
2. Bagi civitas akademika, semoga penelitian ini menjadi cermin baru untuk pengkajian lebih dalam terhadap masalah-masalah yang terkait, serta diharapkan penelitian ini menjadi sumbangsih bagi dunia ilmu pengetahuan.
3. Bagi lembaga perbankan, penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam melihat perilaku nasabah yang akan mengambil pembiayaan.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdapat lima bab, diantaranya :

Bab I, yang berisi tentang rancangan penelitian atau proposal penelitian. Di dalam bab ini berisi semua tentang acuan dasar melakukan penelitian seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat atas penelitian ini, dan gambaran sistematis penulisan skripsi ini.



Bab II, berisi tentang landasan teoritis yang berkaitan dengan variable-variable penelitian. Dalam penelitian ini yang akan ditinjau adalah mengenai teori tentang perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi baik dari definisi, dan ketentuan-ketentuan yang terkait dengan kedua hal tersebut, teori tentang pengambilan keputusan konsumen, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

Bab III, metode penelitian sebagai gambaran dari proses penelitian yang terdiri dari, sasaran, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang dipakai oleh penulis .

Bab IV, yang berisikan tentang mengenai kondisi objektif lokasi penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon dan hasil penelitian tentang “pengaruh perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi dalam mengambil keputusan pembiayaan kredit rumah” serta analisis mengenai pengaruh perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi, dan analisis mengenai pengambi keputusan pembiayaan kredit rumah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

Bab V, berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian dan saran.





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen kognitif (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon. Di buktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial (individu) atau uji T dengan nilai $4,467 > 1,666$ dengan kata lain $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan taraf signifikan dari variabel X1 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi linier perilaku konsumen kognitif sebesar 0,377. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai perilaku konsumen kognitif mengalami peningkatan maka variabel keputusan pembelian mengalami kenaikan pula. Dengan demikian variabel perilaku konsumen kognitif dapat dijadikan alat untuk memudahkan nasabah dalam mengambil keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen afeksi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon. Di buktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial (individu) atau uji T dengan nilai $6,351 > 1,666$ dengan kata lain $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan taraf signifikan dari variabel X2 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi linier perilaku konsumen afeksi sebesar 0,537. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai perilaku konsumen afeksi mengalami peningkatan maka variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan. Dengan demikian variabel perilaku konsumen afeksi dapat dijadikan alat untuk memudahkan nasabah dalam mengambil keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.

3. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa pengujian data secara simultan atau secara bersama-sama menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk KPR (Y). dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai sebesar 39,678 dan nilai signifikasinya 0,000, dengan kata lain $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan nilai koefisien determinasi berganda menunjukkan hasil sebesar 0,518 dalam prosentase sebesar 51,8%. Besarnya pengaruh perilaku konsumen kognitif dan perilaku konsumen afeksi nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya dipengaruhi dari faktor lain diluar dari pembahasan penelitian ini.

B. Saran

1. Dalam hal ini pihak bank terus menaikan kualitas pelayanan dan memberikan harga jual yang kompetitif bagi nasabahnya agar nasabah tertarik dengan produk Bank Muamalat khususnya pembiayaan KPR. Serta memperhatikan dan lebih mengenal nasabah apa yang mereka butuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dari produk-produk inovatif yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia. Sehingga Bank Muamalat dapat diterima oleh pasar dan dapat bertahan dari persaingan industri perbankan yang ketat.
2. Untuk memudahkan nasabah dalam pengambilan keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon, pihak bank memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah untuk dipelajari nasabah. Mempermudah proses pengajuan pembiayaan dan kemudahan dalam sistem pembayaran akan meningkatkan minat nasabah dalam menentukan keputusan pembelian produk KPR di Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon.
3. Bank Muamlat Indonesia Cabang Cirebon terus meningkatkan kualitas pelayanan, dilihat dari tanggapan nasabah sudah merasa nyaman dan perlakuan bank terhadap nasabah ramah dan sopan. Akan tetapi alangkah



lebih baiknya lagi pihak bank mempertahankan dan senantiasa terus memperbaiki kualitas pelayanan sehingga nasabah tidak melakukan pemindahan pembiyaan ke bank lain.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



Daftar Pustaka

- Al-Qur'an Tafsir Per-kata dan Tajwid Angka Al-Hidayah. Tangerang; Kalim, 2011.
- Anzizhan. Syarifudin. *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. Jakarta; Grafindo, 2004.
- Arifin. Ansori. *Konsumsi, Tabungan dan Investasi Syariah*. Makalah Fak. Syariah STAIN Pamekasan (April 2012).
- Budiherlando, Andrew. *Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*. Makalah Universitas Gajah Mada, (2013).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu sosial Lainnya*. Jakarta; Kencana, 2006.
- Cooper, Donald. William, Emory. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta; Airlangga, 1997.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung; Remaja Rosdakarya, 2013.
- Efferi, Sujoko. Dkk. *Metode Penelitian Akutansi*. Yogyakarta; Graha Ilmu, 2008.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan; Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2010.
- Etta. Sopia. *Perilaku Konsemen (Pendekatan Praktis)*. Yogyakarta; Andi Offset, 2013.
- Fuad, Zaki. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta; Erlangga, 2009.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor; Gahlia Indonesia, 2010.
- Hasan, Ibnu, Dkk. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Sumedang; Alqoprint, 2003.
- Harbani. *Metode penelitian adminitrasi Publik*. Bandung; Alfabeta, 2013.
- Huda, Nurul. *Perilaku Konsumen Islami*. Makalah Fak. Ekonomi Universitas Yarsi (November 2006).
- Japariato, Edwin. *Analisis Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza*. Jurnal Manajemen Pemasaran 1 : 2 (Oktober 2006).
- Karim, Adiwarman. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta; Rajawali Pers, 2010.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan, impelementasi, dan pengendalian)*. Jakarta; Salemba Empat, 1995.



Maski, Ghozali. *Analisi Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*. Jurnal Of Indonesian Applied Economic 4 : 1 (Mei 2010).

Mowen. Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta; Erlangga, 2002.

_____. *Perilaku Konsumen*. Jakarta; Erlangga, 2001.

Nugroho. *Perilaku Konsumen (perspektif kkontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen)*. Jakarta; Kencana, 2010.

Perdani, Aevyn Sekar Perdani. *Faktor-Faktor yang Melatar Belakangi Pengambilan Keputusan pada Konsumen Yamaha Mio di Trenggalek*. Fak. Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Malang (April 2013).

Rukismono, Martinus. *Pengaruh Perilaku Konsumen dalam Mengambil Keputusan Memilih Jasa Trasportasi Udara Lion Air di Surabaya*. Jurnal Kewirausahaan 5 : 2 (Desember 2011).

Salusu. *Pengambilan Keputusan Stratejik (Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit)*. Jakarta; Grasindo, 2004.

Sambas. Maman. *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam penelitian*. Bandung, Pustaka Setia, 2007.

Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta; CAPS, 2015.

Sunaryo, Wowo. *Taksonomi Berpikir*. Bandung; Remaja Rosdakarya, 2013.

Sarwono, Jhonathan. *Statistik itu Mudah*. Yogyakarta; Andi, 2009.

Setyobudi, Ismanto. Daryanto. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta; Gava Media, 2014.

Shobahussurur. *Proses Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Ibn Taimiyyah*. Jurnal Tsaqofah 6:1 (April 2010).

Simamora. Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Slamet, Achmad. *Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola Perilaku Pembelian*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen 11 : 2 (2002).

Sofiyani, Fauziah. *Pengaruh Persepsi Anggota tentang Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Mengambil Prosuk Pembiayaan*. Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati, 2011.

Solso. Otto. *Psikologi Kognitif*. Jakarta; Airlangga, 2007.



- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; Alfabeta. 2012.
- _____. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta, 1999.
- _____. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung; Alfabeta, 2011.
- Suhari, Yohanes. *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi Dinamik 8 : 2 (Juli 2008).
- Sukoco, Badri Munir. Reza Aditya Hartawan, *Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional pada Merk Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan 4 : 3 (Desember 2011).
- Suliyanto. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor; Ghalia Indonesia, 2005.
- Sumaryanto. *Upaya Pengambilan Keputusan yang Tepat*. Makalah Universitas Negeri Yogyakarta, 2011.
- Suparmoko. *Ekonomi Publik*. Yogyakarta; Andi Offset, 2002.
- Supranto. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta; Erlangga, 2001.
- Surin, Bachtiar. *Az-Zikra (Terjemahan dan Tafsir dalam huruf Arab dan Latin Juz 1-5)*. Bandung; Angkasa, 2004.
- Tika, Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta; Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptodjojo, Kartika Imasari. *Odd Price: Harga, Psikologi Dan Perilaku Konsumen Dalam Purchase Decision Making*. Jurnal Manajemen 11 : 2 (Mei 2012).
- Umar, Husein. *Metodologi penelitian (aplikasi dalam pemasaran)*. Jakarta; gramedia pustaka, 1999.
- Usman, Husein. Purnomo, Akbar. *Pengantar Statistika*. Jakarta; Bumi Aksara, 2011.
- Wahyu, Asep. Dkk. *Pengambilan Keputusan dalam Kepemimpinan Pendidikan (Kajian dari Perspektif Agama, Filosofis, Psikologis, dan Sosiologis)*. Makalah Program Pascasarjana Universitas Islam Nusantara, 2014.
- Wasis. *Analisis Faktor Psikologis Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian*. Jurnal Adminitrasi Indonesia 1 : 1 (April 2011).
- Wigati, Sri. *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Jurnal Maliyah 1 : 1 (Juni 2011).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Winkel. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta; Media Abadi, 2004.

Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta; Bumi Aksara, 2009.

Website:

Fei, Ong. *Konsep Dasar Penelitian Survei*.

https://www.academia.edu/7259059/KONSEP_DASAR_PENELITIAN_SURVEY di unduh pada tanggal 07-04-2015 pukul 0.37 WIB

<http://finance.detik.com/read/2014/03/06/134053/2517461/4/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besar> tanggal 16-10-2014 pukul 07.22 WIB.

http://ilhamnugrohosp.blogspot.com/2010/12/afeksi-dan-kognisi-produk_445.html tanggal 30-05-2015 pukul 12.08 WIB

Wiharto, Muhammad. *Musyawaharah dalam Perspektif Al-Qur'an*.
<http://muhammadiyahsurabaya.blogspot.com/2011/02/musyawaharah-dalam-perspektif-al-quran.html> di unduh tanggal 08-05-2015 pukul 22:51 WIB.

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/11/25/sektor-properti-sumbang-28-persen-pertumbuhan-ekonomi> tanggal 26-05-2014 pukul 20.30 WIB.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/41299/4/Chapter%20II.pdf> tanggal 28-12-2014 pukul 16.42 WIB.

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/14/09/23/nccsmc-outstanding-pembiayaan-bank-muamalat-naik-52-persen> tanggal 12-01-2015 pukul 12.28 WIB.

http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_konsumen tanggal 02-05-2015 pukul 09.42 WIB