

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Utilitas dan Sedekah (Infaq)	12
2.1.3 Landasan Hukum Sedekah.....	15
2.1.4 Keutamaan Sedekah.....	17
2.1.5 Adab Sedekah	19
2.1.6 Urutan Penerima Sedekah.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Hubungan Religiusitas Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.....	27
2.3.2 Hubungan Pendapatan Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.....	27

2.3.3. Hubungan Kepercayaan Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.....	28
2.3.4 Hubungan Umur Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.	28
2.3.5 Hubungan Pendidikan Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.....	29
2.3.6 Hubungan Toleransi Individu terhadap Keputusan Sedekah di Indonesia.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1 Variabel Penelitian.....	31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Metode Analisis.....	36
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.2 Model Probit dan Uji Marginal Effect.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Sedekah.....	40
4.2 Hasil Estimasi.....	42
4.3 Interpretasi Hasil.....	47
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Keterbatasan penelitian.....	50
5.3 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	56