

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	17
<b>Pendahuluan</b> .....	17
<b>1.1 Gambaran Umum</b> .....	17
<b>1.1.1 Profil Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.</b> .....	17
<b>1.1.2 Visi dan Misi</b> .....	18
<b>1.1.2.1 Visi</b> .....	18
<b>1.1.2.2 Misi</b> .....	19
<b>1.1.3 Logo Perusahaan</b> .....	19
<b>1.1.4 Struktur Organisasi</b> .....	20
<b>1.2 Latar Belakang Penelitian</b> .....	20
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	25
<b>1.4 Pertanyaan Penelitian</b> .....	26
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	27
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	27
<b>1.7 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	28
<b>1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir</b> .....	28
<b>BAB II</b> .....	29
<b>Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian</b> .....	29
<b>2.1 Tinjauan Pustaka</b> .....	29
<b>2.1.1 Perilaku Organisasi</b> .....	29

2.1.1.1	Pengertian Perilaku Organisasi.....	29
2.1.1.2	Manfaat Perilaku Organisasi.....	29
2.1.2	Pengertian Psikologi .....	30
2.1.2.1	Pengertian Psikologi Agama .....	30
2.1.3	<i>Turnover Intention</i> .....	31
2.1.3.1	Jenis-Jenis <i>Turnover</i> .....	31
2.1.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Turnover Intention</i> .....	33
2.1.3.3	Dimensi dan Indikator <i>Turnover Intention</i> .....	37
2.1.3.4	Dampak <i>Turnover Intention</i> .....	39
2.1.3.5	Alat Ukur <i>Turnover Intention</i> .....	40
2.1.4	<i>Religiosity</i> .....	41
2.1.4.1	Pengertian <i>Religiosity</i> .....	41
2.1.4.2	Dimensi <i>Religiosity</i> .....	41
2.1.4.3	Alat Ukur <i>Religiosity</i> .....	43
2.1.5	<i>Subjective Well-Being</i> .....	44
2.1.5.1	Pengertian <i>Subjective Well-Being</i> .....	44
2.1.5.2	Dimensi <i>Subjective Well-Being</i> .....	44
2.1.5.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Subjective Well-Being</i> .....	47
2.1.5.4	Alat Ukur <i>Subjective Well-Being</i> .....	49
2.2	Penelitian Terdahulu .....	49
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	50
2.3	Kerangka Penelitian .....	61
2.4	Hipotesis Penelitian.....	62
<b>BAB III.....</b>		<b>63</b>
<b>Metode Penelitian.....</b>		<b>63</b>
3.1	Karakteristik Penelitian .....	63
3.2	Alat Pengumpulan Data .....	64
3.2.1	Jenis Variabel .....	64
3.2.2	Operasional Variabel.....	65
3.2.3.	Skala Pengukuran .....	66

<b>3.3</b>	<b>Tahapan Penelitian</b> .....	68
<b>3.4</b>	<b>Populasi dan Sampel</b> .....	68
<b>3.4.1</b>	<b>Populasi</b> .....	68
<b>3.4.2</b>	<b>Sampel</b> .....	69
<b>3.5</b>	<b>Teori Pengumpulan Data</b> .....	71
<b>3.5.1</b>	<b>Jenis Data</b> .....	71
<b>3.5.2</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	71
<b>3.6</b>	<b>Validitas dan Reliabilitas</b> .....	72
<b>3.7</b>	<b>Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</b> .....	75
<b>3.7.1</b>	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	75
<b>3.7.2</b>	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	77
<b>3.7.3</b>	<b>Koefisien Korelasi</b> .....	78
<b>3.7.4</b>	<b>Koefisien Determinasi</b> .....	78
<b>3.7.5</b>	<b>Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)</b> .....	79
<b>3.7.6</b>	<b>Uji Hipotesis</b> .....	82
<b>BAB IV</b>	.....	83
	<b>Hasil Penelitian dan Pembahasan</b> .....	83
<b>4.1</b>	<b>Karakteristik Responden</b> .....	83
<b>4.2</b>	<b>Analisis Statistik Deskriptif Data Responden</b> .....	85
<b>4.2.1</b>	<b>Dekripsi Data Penelitian</b> .....	86
<b>4.2.1.1</b>	<b>Variabel Islamic Religiosity (X)</b> .....	86
<b>4.2.1.2</b>	<b>Variabel Subjective Well-Being (Z)</b> .....	90
<b>4.2.1.3</b>	<b>Variabel Turnover Intention (Y)</b> .....	95
<b>4.3</b>	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	97
<b>4.3.1</b>	<b>Uji Normalitas</b> .....	97
<b>4.3.2</b>	<b>Uji Heteroskedastisitas</b> .....	99
<b>4.4</b>	<b>Analisis Jalur</b> .....	100
<b>4.4.1</b>	<b>Analisis Persamaan Struktur Pertama</b> .....	100
<b>4.4.2</b>	<b>Analisis Persamaan Struktur Kedua</b> .....	102
<b>4.4.3</b>	<b>Analisis Koefisien Korelasi</b> .....	104

4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi .....	105
4.5	Uji Hipotesis .....	106
4.5.1	Pengaruh Islamic religiosity (X) terhadap turnover intention (Y) melalui subjective well-being (Z).....	106
4.5.2	Pengaruh Islamic Religiosity Terhadap Subjective Well-Being (Uji T) ....	107
4.5.3	Pengaruh Subjective Well-Being Terhadap Turnover Intention. ....	108
4.5.4	Pengaruh Islamic Religiosity Terhadap Turnover Intention.....	108
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	109
4.6.1	Analisis Pengaruh <i>Islamic Religiosity</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> Melalui <i>Subjective Well-Being</i> Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kantor Pusat.....	110
4.6.2	Analisis Pengaruh <i>Islamic Religiosity</i> Terhadap <i>Subjective Well-Being</i> Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kantor Pusat .....	112
4.6.3	Analisis Pengaruh <i>Subjective Well-Being</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kantor Pusat .....	114
4.6.4	Analisis Pengaruh <i>Islamic Religiosity</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kantor Pusat .....	116
BAB V	.....	119
	Kesimpulan dan Saran .....	119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran .....	119
5.2.1	Aspek Praktis .....	119
5.2.2	Aspek Teoritis.....	120
	Daftar Pustaka .....	122
	LAMPIRAN I.....	127
	LAMPIRAN II .....	130
	LAMPIRAN III.....	133
	LAMPIRAN IV .....	134
	LAMPIRAN V.....	138
	LAMPIRAN VI.....	139
	LAMPIRAN VII.....	140
	LAMPIRAN VIII.....	141

<b>LAMPIRAN IX</b> .....	145
<b>LAMPIRAN X</b> .....	204
<b>LAMPIRAN XI</b> .....	206
<b>LAMPIRAN XII</b> .....	207