

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Theory Planned Behaviour</i> .....	16
2.1.2 Teori Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Promosi .....	25
2.3 Kualitas Layanan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service .....	27
2.4 Persepsi Pendapatan.....	29
2.5 Persepsi Harga Emas.....	29
2.6 Minat Menabung Emas .....	32
2.7 Penelitian Terdahulu .....	33
2.8 Hubungan antar Variabel dan Perumusan Hipotesis .....	39
2.8.1 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Emas.....	39
2.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Emas .....	40
2.8.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan terhadap Minat Menabung Emas .....	42
2.8.4 Pengaruh Persepsi Harga Emas terhadap Minat Menabung Emas .....	44
2.8.5 Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Persepsi Pendapatan, dan Persepsi Harga Emas secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat Menabung Emas .....	45
2.9 Kerangka Pemikiran.....	47
2.10 Dimensional Variabel .....	47

2.10.1 Dimensional Variabel Promosi.....	47
2.10.2 Dimensional Variabel Kualitas Layanan Aplikasi PSDS .....	48
2.10.3 Dimensional Variabel Persepsi Pendapatan .....	49
2.10.4 Dimensional Variabel Persepsi Harga Emas .....	50
2.10.5 Dimensional Variabel Minat Menabung Emas.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Metode Penelitian .....	52
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	52
3.2.1 Variabel Penelitian.....	52
3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....	53
3.3 Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel .....	55
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.4.1 Data Primer .....	56
3.4.2 Data Sekunder.....	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.6 Metode Analisis Data.....	58
3.6.1 Uji Kelayakan Instrumen .....	58
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	61
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	66
4.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	71
4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.2.2 Deskripsi Responden berdasarkan Generasi .....	73
4.2.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
4.3 Analisis Data.....	74
4.3.1 Uji Kelayakan Instrumen.....	74
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.3 Analisis Regresi .....	79
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	81
4.4 Interpretasi Hasil.....	84
4.4.1 Pengaruh Promosi (X1) terhadap Minat Menabung Emas (Y) .....	84
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi PSDS (X2) terhadap Minat Menabung Emas (Y).....	85
4.4.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan (X3) terhadap Minat Menabung Emas (Y) .....	86
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga Emas (X4) terhadap Minat Menabung Emas (Y) .....	87
4.4.5 Pengaruh Promosi (X1), Kualitas Layanan Aplikasi PSDS (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Persepsi Harga Emas (X4) Secara Simultan terhadap Minat Menabung Emas (Y) .....	87

BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.3 Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	100