

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam.....	20
2.1.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	22
2.1.4 Persepsi Harga Emas	25
2.1.5 Pengetahuan terhadap Tabungan Emas	28
2.1.6 Promosi	30
2.1.7 Kemudahan Akses Digital.....	32
2.1.8 Konsep Tabungan Emas	33
2.1.9 Akad Tabungan Emas.....	35
2.1.10 Minat Menabung Emas	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39

2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1 Persepsi Harga Emas terhadap Minat Menabung Emas.....	46
2.3.2 Pengetahuan terhadap Minat Menabung Emas	46
2.3.3 Promosi terhadap Minat Menabung Emas	47
2.3.4 Kemudahan Akses Digital terhadap Minat Menabung Emas	48
2.4 Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	50
3.1.1 Variabel Penelitian	50
3.1.2 Definisi Operasional.....	51
3.2 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.3.1 Data Primer	56
3.3.2 Data Sekunder	56
3.4 Metode Pengumpulan Data	57
3.4.1 Studi Pustaka.....	57
3.4.2 Kuesioner	57
3.5 Metode Analisis Data	58
3.5.1 Analisis Deskriptif	58
3.5.2 Uji Instrumen Data.....	60
3.5.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	61
3.5.4 Analisis Regresi Berganda	62
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	67
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.2 Gambaran Umum Responden	73
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	76
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili	77
4.2.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan.....	78

4.3 Metode Analisis Data	78
4.3.1 Analisis Deskriptif	78
4.3.2 Uji Instrumen Data	84
4.3.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	86
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	90
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	92
4.4 Interpretasi Hasil	96
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Emas (X1) terhadap Minat Menabung Emas Digital (Y)	97
4.4.2 Pengaruh Pengetahuan (X2) terhadap Minat Menabung Emas Digital (Y)	98
4.4.3 Pengaruh Promosi (X3) terhadap Minat Menabung Emas Digital (Y)	100
4.4.4 Pengaruh Kemudahan Akses Digital (X4) terhadap Minat Menabung Emas Digital (Y)	102
BAB V PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Keterbatasan	106
5.3 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	115

