

## DAFTAR ISI

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, <i>BRAND IMAGE</i> DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA REMAJA ISLAM SUNDA KELAPA (RISKA) JAKARTA .....	1
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 GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
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.....	17
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Islam .....	17
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	19
2.1.3 Inklusi Keuangan Syariah .....	22
2.1.4 Pengetahuan Produk.....	25
2.1.5 <i>Brand image</i> .....	28
2.1.6 Kualitas Layanan.....	30
2.1.7 Keputusan Menabung di Bank Syariah.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41

2.4 Hubungan antar Variabel.....	42
2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.....	42
2.4.2 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.....	43
2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.....	44
2.4.4 Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Brand image</i> dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.....	45
2.5 Hipotesis Penelitian.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	48
3.1.1 Variabel Penelitian.....	48
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Analisis Data.....	55
3.5.1 Uji Statistik.....	56
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.4 Uji Hipotesis.....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	66
4.2 Analisis Data.....	71
4.2.1 Uji Instrumen.....	71
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	74

4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	78
4.2.4 Uji Hipotesis .....	80
4.3 Pembahasan.....	85
4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah .....	85
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah .....	87
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah .....	90
4.3.4 Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Brand image</i> dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah .....	92
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Keterbatasan.....	95
5.3 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	105

