

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Teori Pemasaran.....	14
2.1.2 Teori Periklanan .....	19
2.1.3 Teori Efektivitas Iklan.....	21
2.1.4 <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	22

2.2	Konsep Metode <i>EPIC Model</i> .....	29
2.3	Penelitian Terdahulu.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>36</b>
3.1	Obejk Penelitian dan Definisi Operasional .....	36
3.1.1	Objek Penelitian .....	36
3.1.2	Definisi Operasional Penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3.1	Data Primer .....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5	Metode Analisis.....	43
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	43
3.5.2	Analisis Tabulasi Silang ( <i>Crosstab</i> ) .....	43
3.5.3	Uji Validitas .....	43
3.5.4	Uji Reliabilitas .....	44
3.5.5	Uji <i>EPIC Model</i> .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>		<b>47</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	47
4.1.1	Gambaran Umum ALAMI Sharia.....	47
4.1.2	Profil ALAMI Sharia .....	48
4.2	Analisis Responden .....	50
4.2.1	Profil Responden.....	50

4.2.2	Analisis Tabulasi Silang Responden ( <i>Crosstab</i> ).....	52
4.3	Metode Analisis Data .....	54
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban .....	54
4.3.2	Uji Instrumen Penelitian .....	58
4.3.3	Uji <i>EPIC Model</i> .....	60
4.4	Interpretasi Hasil .....	69
4.4.1	Dimensi <i>Empathy</i> .....	70
4.4.2	Dimensi <i>Persuasion</i> .....	72
4.4.3	Dimensi <i>Impact</i> .....	74
4.4.4	Dimensi <i>Communication</i> .....	77
4.4.5	<i>EPIC Rate</i> .....	79
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>81</b>
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	84
5.3	Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	.....	<b>90</b>
Lampiran A	Surat Izin Penelitian Fakultas .....	90
Lampiran A	Surat Izin Penelitian Fakultas .....	90
Lampiran B	Lembar Kuesioner.....	91
Lampiran B	Lembar Kuesioner.....	91
Lampiran C	Data Reponden <i>Funder Alami Sharia</i> .....	94
Lampiran D	Data Jawaban Responden .....	99
Lampiran E	Output Perhitungan SPSS .....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia (2016-2020) .....	1
Tabel 1.2 Persentase (%) Jumlah <i>Fintech</i> di Indonesia .....	3
Tabel 1.3 Daftar <i>Fintech</i> Syariah di Indonesia Menurut OJK .....	6
Tabel 1.4 Daftar Pengikut Akun Instagram <i>Fintech</i> Syariah .....	7
Tabel 2.1 Jenis-Jenis <i>Fintech</i> .....	24
Tabel 2.2 Perbedaan <i>Fintech</i> Syariah Dan <i>Fintech</i> Konvensional .....	28
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator .....	38
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	42
Tabel 3.3 <i>Alpha Cronbach</i> .....	44
Tabel 3.4 Rentang Skala <i>EPIC Model</i> .....	46
Tabel 4.1 Profil Responden .....	50
Tabel 4.2 Analisis Tabulasi Silang ( <i>Crosstab</i> ) .....	53
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Empathy</i> .....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Persuasion</i> .....	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Impact</i> .....	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Communication</i> .....	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Dimensi .....	58
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Dimensi .....	59
Tabel 4.9 Frekuensi Dimensi <i>Empathy</i> .....	61
Tabel 4.10 Frekuensi Dimensi <i>Persuasion</i> .....	63
Tabel 4.11 Frekuensi Dimensi <i>Impact</i> .....	65
Tabel 4.12 Frekuensi Dimensi <i>Communication</i> .....	67
Tabel 4.13 Hasil Skor <i>EPIC Model</i> .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pertumbuhan Industri <i>Fintech</i> di Indonesia .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 Skala Efektivitas <i>EPIC Model</i> .....	46
Gambar 4.1 Logo ALAMI Sharia .....	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi ALAMI Sharia .....	49
Gambar 4.8 Skor Rentang Dimensi <i>Empathy</i> .....	62
Gambar 4.9 Skor Rentang Dimensi <i>Persuasion</i> .....	64
Gambar 4.10 Skor Rentang Dimensi <i>Impact</i> .....	66
Gambar 4.11 Skor rentang Dimensi <i>Communication</i> .....	68
Gambar 4.12 Skala Dimensi <i>EPIC Model</i> .....	69
Gambar 4.13 Skor Rentang <i>EPIC Rate</i> .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Izin Penelitian Fakultas .....	90
Lampiran B Lembar Kuesioner.....	91
Lampiran C Data Reponden <i>Funder</i> Alami Sharia.....	94
Lampiran D Data Jawaban Responden .....	99
Lampiran E Output Perhitungan SPSS .....	103