

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	10
G. Penegasan Istilah .....	11
H. Sistematika Pembahasan .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Persepsi .....	15
B. Religiusitas .....	21
C. Brand Image .....	25
D. Minat Menabung .....	28
E. Kajian Penelitian Terdahulu .....	32
F. Kerangka Konseptual .....	36

G. Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	41
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Penelitian .....	44
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	48
E. Teknik Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	63
B. Karakteristik Responden .....	70
C. Deskripsi Variabel .....	72
D. Analisis Data .....	89
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menabung di Bank Syariah .....	104
B. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menabung di Bank Syariah .....	105
C. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menabung di Bank Syariah .....	107
D. Pengaruh Secara Simultan Persepsi, Religiusitas, dan Brand Image Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menabung di Bank Syariah .....	109
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	111
B. Saran .....	112

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**