

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PENGESAHAN PENGUJI	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II	16
LANDASAN TEORI.....	16
A. Grand Theory	16
B. Tinjauan Tentang Persepsi	17
C. Tinjauan Tentang Pengetahuan produk	22
D. Bauran pemasaran	29
E. Minat Menabung	42
E. Bank Syariah	47
F. Hubungan Antara Persepsi Dan Minat Menabung	49
G. Hubungan Pengetahuan dengan Minat Menabung.....	51
H. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Minat Menabung	51

I.	Penelitian Terdahulu	53
J.	Kerangka Konseptual.....	55
K.	Hipotesis Penelitian	55
BAB III	57
METODE PENELITIAN	57
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
B.	Populasi, sampling dan sampel penelitian.....	58
C.	Sumber data, variabel dan skala pengukuran	59
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	62
E.	Teknik Analisis Data	65
F.	Definisi Konsep dan Operasional Variabel	69
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN	71
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
B.	Analisis Data Penelitian	77
BAB V	91
PEMBAHASAN	91
A.	Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di Bank Syariah ...	91
B.	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di Bank Syariah	92
C.	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di Bank Syariah	93
D.	Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Produk dan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Menabung mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di Bank Syariah.....	95
E.	Hasil Kerangka Konseptual	97
BAB VI	98
PENUTUP	98
A.	Kesimpulan.....	98
B.	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101