

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah	16
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. <i>Theory Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	23

B. Kenaikan Harga Emas	26
C. <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	31
D. Persepsi Manfaat	35
E. Minat Investasi	40
F. Pegadaian Syariah Digital	43
G. Penelitian Terdahulu	45
H. Kerangka Teori.....	56
I. Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Lokasi Penelitian	61
C. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	61
D. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran	65
F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	68
G. Analisis Data	73
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	80
A. Gambaran Objek Penelitian.....	80
B. Karakteristik Responden	82
C. Deskripsi Data	86
D. Analisis Data	90
BAB V PEMBAHASAN	107
A. Pengaruh Kenaikan Harga Emas terhadap Minat Investasi Emas Digital di Pegadaian Syariah Digital	107
B. Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Minat Investasi Emas Digital di Pegadaian Syariah Digital	111

C. Pengaruh Kenaikan Harga Emas terhadap Persepsi Manfaat Investasi Emas Digital di Pegadaian Syariah Digital	116
D. Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Persepsi Manfaat Investasi Emas Digital di Pegadaian Syariah Digital	121
E. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Investasi Emas Digital di Pegadaian Syariah Digital	125
F. Pengaruh Kenaikan Harga Emas terhadap Minat Investasi Emas Digital dengan Persepsi Manfaat sebagai Variabel Intervening di Pegadaian Syariah Digital	129
G. Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Minat Investasi Emas Digital dengan Persepsi Manfaat sebagai Variabel Intervening di Pegadaian Syariah Digital	133
BAB VI PENUTUP	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	155