

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Surat Ketersediaan Publikasi.....	vi
Motto	vii
Persembahan.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Ruang Lingkup Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Kerangka Teori.....	20
1. <i>Grand Theory</i>	20
2. Manajemen Pemasaran dan Ekonomi Bisnis Digital	22
3. Perilaku Organisasi.....	22
4. Pengantar Bisnis Syariah dan Etika Bisnis Syariah	23
5. Media Sosial.....	23
6. <i>Word of Mouth</i>	28
7. Daya Tarik Produk	34
8. Pengambilan Keputusan	40

B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Kerangka Konseptual	53
D. Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian	57
C. Variabel dan Skala Pengukuran.....	58
D. Populasi, Sampel Penelitian, dan Teknik Sampling.....	60
E. Instrumen Penelitian.....	63
F. Teknik Pengumpulan Data	66
G. Analisis Data	67
H. Tahapan Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN	76
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	76
B. Deskripsi Data	79
C. Analisis Data	95
BAB V PEMBAHASAN	108
A. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan BSI pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.....	108
B. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan BSI pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.....	112
C. Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan BSI pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.....	115
D. Pengaruh Media Sosial, <i>Word of Mouth</i> , dan Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan BSI pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung	118
BAB VI PENUTUP	122
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	133