

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Surat Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah.....	vi
Motto	vii
Persembahaan.....	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 Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	12
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Penelitian.....	16
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	17
G. Penegasan Variabel	17
H. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Kerangka Teori.....	24
B. Penelitian Terdahulu	43

C. Kerangka Konseptual	53
D. Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Variabel dan Pengukuran	58
D. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	61
E. Instrumen Penelitian.....	65
F. Teknik Pengumpulan Data.....	70
G. Analisis Data	70
H. Tahapan Penelitian	77
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	79
A. Profil Bank Syariah Indonesia	79
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
C. Karakteristik Responden	82
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	85
E. Hasil Analisis Data.....	95
BAB V PEMBAHASAN	109
A. Pengaruh Pengetahuan Produk (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Content Marketing (X4) Terhadap Minat Cicil Emas Melalui Aplikasi BYOND by BSI (Y).	109
B. Pengaruh Pengetahuan Produk (X1) terhadap Minat Cicil Emas Melalui Aplikasi BYOND by BSI (Y).....	113
C. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap minat cicil emas melalui aplikasi BYOND by BSI (Y).	117
D. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Minat Cicil Emas Melalui Aplikasi BYOND by BSI (Y).	122
E. Content Marketing (X4) Terhadap Minat Cicil Emas Melalui Aplikasi BYOND by BSI (Y).....	127
BAB VI PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131

B. Saran.....	133
DAFTAR RUJUKAN	135
LAMPIRAN-LAMPIRAN	142