

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
1.5.1 Lokasi Penelitian	7
1.5.2 Waktu Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Bank Syariah	9
2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah	9
2.1.1.2 Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia	10
2.1.1.3 Prinsip-Prinsip Operasional Bank Syariah.....	12
2.1.1.4 Prinsip-Prinsip Operasional Bank Syariah.....	13
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	14

2.1.2.2 Strategi <i>Digital Marketing</i> dalam Perbankan syariah	16
2.1.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Menabung.....	19
2.1.3 Minat Menabung di Bank Syariah	22
2.1.3.1 Pengertian Minat Menabung	22
2.1.3.2 Pengertian Minat Menabung	25
2.1.4 Penelitian Terdahulu	29
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis	33
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.2.1 Jenis Penelitian	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.2.3.2 Populasi Sasaran.....	38
3.2.3.3 Penentuan Sampel	39
3.2.4 Model Penelitian.....	40
3.2.5 Teknik Analisis Data	41
3.2.5.1 Pengertian Minat Menabung	41
3.2.5.2 Pengertian Minat Menabung	43
3.2.5.3 Pengertian Minat Menabung	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Deskripsi Penelitian.....	46
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	47
4.1.2 Analisis Data Penelitian	48
4.1.2.1 Uji Kualitas Data.....	48
1 Uji Validitas	48
2 Uji Reabilitas	49
4.1.2.2 Uji Analisis Deskriptif	50
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	52

1 Uji Normalitas.....	52
2 Uji Heteroskedastisitas	53
4.1.2.4 Uji Hipotesis	54
1 Uji Koefisien Determinasi	54
2 Uji T.....	55
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Strategi Digital Marketing di PT.Bank Syariah Indonesia Tbk	56
4.2.2 Minat Menabung di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.....	66
4.2.3 Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Menabung di PT.Bank Syariah Indonesia Tbk	76
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87
BIODATA PENULIS	110