

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii

HALAMAN PENGESAHAN MUANQOSYAH iii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK..... v

MOTTO..... vi

PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN..... viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL..... xiv

DAFTAR GAMBAR..... xv

BAB I PENDAHULUAN 1

 A. Latar Belakang Masalah 1

 B. Rumusan Masalah 9

 C. Tujuan Penelitian 10

 D. Manfaat Penelitian..... 10

 E. Sistematika Penulisan..... 10

BAB II LANDASAN TEORI..... 12

 A. Deskripsi Teori..... 12

 1. *Theory Of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)..... 12

 a. *Attitude Toward The Behavior* (Sikap Terhadap Perilaku)..... 13

 b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif) 13

 c. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku) 14

 2. Bank Syariah..... 15

 a. Pengertian Bank Syariah..... 15

 b. Sejarah Perkembangan Bank Syariah di Indonesia..... 16

 c. Prinsip-Prinsip Bank Syariah..... 18

 3. *Saving Intention* 22

 a. Pengertian *Saving Intention*..... 22

 b. Indikator *Saving Intention* 23

 4. *Religiosity* 26

 a. Pengertian *Religiosity* 26

b. Pengertian <i>Religiosity</i> dalam Perspektif Islam	27
c. Dimensi <i>Religiosity</i>	28
d. Indikator <i>Religiosity</i>	31
5. <i>Brand Image</i>	33
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	33
b. Dimensi <i>Brand Image</i>	34
c. Indikator <i>Brand Image</i>	37
6. <i>Customer Experience</i>	39
a. Pengertian <i>Customer Experience</i>	39
b. Indikator <i>Customer Experience</i>	39
7. Generasi Z.....	42
a. Pengertian Generasi Z.....	42
b. Indikator Generasi Z.....	42
B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Kerangka Berfikir	49
D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Jenis dan Pendekatan	55
B. Populasi dan Sampel	56
C. Desain dan Definisi Operasional Variabel	59
D. Teknik Pengumpulan Data	62
E. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Hasil Penelitian	68
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	68
2. Analisis Data Deskriptif.....	69
a. Penyebaran Kuesioner	69
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
f. Hasil Tanggapan Responden.....	71
1) Variabel Y (<i>Saving Intention</i>)	71
2) Variabel X1 (<i>Religiosity</i>)	72

3) Variabel X2 (<i>Brand Image</i>)	74
4) Variabel X3 (<i>Customer Experience</i>).....	75
3. Analisis Data Penelitian.....	76
a. Uji Validitas	76
1) Variabel <i>Religiosity</i> (X1)	78
2) Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	78
3) Variabel <i>Customer Experience</i> (X3).....	79
4) Variabel <i>Saving Intention</i> (Y)	79
b. Uji Realibilitas.....	80
c. Uji Asumsi Klasik.....	80
d. Uji Hipotesis	86
1) Analisis Regresi Linear Berganda	86
2) Uji-f	88
3) Uji-t.....	88
4) Uji Koefisien Determinasi	90
B. Pembahasan.....	91
1. Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Saving Intention</i> Generasi Z Pada Bank Syariah di Karesidenan Pati	91
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Saving Intention</i> Generasi Z pada Bank Syariah di Karesidenan Pati	94
3. Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Saving Intention</i> Generasi Z pada Bank Syariah di Karesidenan Pati.....	97
BAB V PENUTUP	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pangsa Pasar Perbankan Syariah dan Konvensional	3
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1.	Operasional Variabel	60
Tabel 3.2.	Skala Likert.....	62
Tabel 4.1.	Penyebaran Kuesioner.....	69
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.6.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Saving Intention</i> (Y).....	71
Tabel 4.7.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Religiosity</i> (X1).....	73
Tabel 4.8.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	74
Tabel 4.9.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Customer Experience</i> (X3).....	75
Tabel 4.10.	Uji Validitas Variabel <i>Religiosity</i> (X1).....	78
Tabel 4.11.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	78
Tabel 4.12.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Customer Experience</i> (X3)	79
Tabel 4.13.	Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Saving Intention</i> (Y).....	79
Tabel 4.14.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	80
Tabel 4.15.	Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.16.	Uji Glejser Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.17.	Hasil Uji Multikolineritas	86
Tabel 4.18.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.19.	Hasil Uji-f	88
Tabel 4.20.	Hasil Uji-t.....	89
Tabel 4.21.	Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Komposisi Penduduk Indonesia Menurut
Generasi..... 4

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir..... 50

Gambar 4.1. Kurva *Normal Probability Plot*..... 83

Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*..... 84

