

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Preferensi	14
2. Persepsi	14
3. <i>Brand Image</i>	18
4. Minat Menabung	22
5. Bank Syariah	26
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir	34
D. Hipotesis	37
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Setting Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Identifikasi Variabel	41
E. Variabel Operasional	42
F. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Uji Non Responden	45

2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Uji Hipotesis.....	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	51
1. Profil Institut Agama Islam Negeri Kudus	51
2. Letak Geografis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.....	51
3. Visi dan Misi Institut Agama Islam (IAIN) Kudus.....	52
4. Fakultas dan Program Studi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus	52
5. Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam dan Komunikasi Islam	53
6. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam	55
B. Analisis Data	
1. Hasil Uji Non Responden	55
2. Hasil Uji Prasyarat	58
3. Hasil Uji Hipotesis	62
C. Pembahasan	65
1. Pengaruh Preferensi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018 Pada Tabungan Wadiah BSI	65
2. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018 Pada Tabungan Wadiah BSI	66
3. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Minat Menabung Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018 Pada Tabungan Wadiah BSI.....	67
4. Pengaruh Preferensi, Persepsi, dan <i>Brand image</i> terhadap Minat Menabung Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018 Pada Tabungan Wadiah BSI.....	69

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Snapshot Perbankan Syariah Dari Tahun Ke Tahun	3
Tabel 1.2 Research Gap Pengaruh Preferensi Terhadap Minat Nasabah.....	5
Tabel 1.3 Research Gap Pengaruh Preferensi Terhadap Minat Nasabah.....	6
Tabel 1.4 Research Gap Pengaruh Brand image Terhadap Minat Nasabah.....	7
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018	39
Tabe 3.2 Tabel Variabel Operasional	42
Tabel 3.3 Skala Likert	45
Tabel 4.1 Hasil Validitas Instrumen Preferensi	56
Tabel 4.2 Hasil Validitas Instrumen Persepsi	57
Tabel 4.3 Hasil Validitas Instrumen <i>Brand image</i>	57
Tabel 4.4 Hasil Validitas Instrumen Minat Menabung	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas Variabel Preferensi	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Variabel Persepsi	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Brand image</i>	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji-f.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji-t.....	64
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Snapshot Pebankan Syariah Posisi September 2021	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	36

