

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
RIWAYAT HIDUP	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	11
C. BATASAN MASALAH.....	12
D. RUMUSAN MASALAH.....	13
E. TUJUAN PENELITIAN.....	13
F. MANFAAT PENELITIAN	14
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Konsep dan Teori.....	13
1. Media Sosial.....	13
2. Keterpaparan Media Sosial	16
3. Produk Keuangan Syariah.....	19
4. Perilaku Konsumen Dalam Keuangan Syariah	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	28
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33

A. Metode dan Pendekatan	33
B. Jenis dan Sumber Data	34
C. Populasi dan Sampel	35
D. Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Analisa Data.....	42
H. Uji validitas dan reabilitas	42
I. Uji asumsi klasik.....	43
J. Uji heteroskedastisitas	43
K. Analisis regresi linier.....	43
L. Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	46
B. Analisis Deskriptif Statistik	47
1. Karakteristik Responden.....	47
C. Pengujian dan Hasil Anaisis	55
1. Uji validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas	56
3. Uji Normalitas.....	57
4. Regresi linier sederhana.....	58
5.Uji T.....	60
6.Koefisien determinasi R^2	60
D. Pembahasan	61
1. Kondisi Tingkat Keterpaparan Media Sosial Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terkait Konten Keuangan Syariah.....	61
2. Pengaruh Keterpaparan Media Sosial terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung	65
BAB V.....	73
PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian	75

C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83

