

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Keaslian Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengertian Kredit Pemilikan Rakyat (KPR)	14
2.1.2 Generasi Z.....	20
2.1.3 Suku Bunga Acuan.....	21
2.1.4 Brand Awareness.....	22
2.1.5 Paylater	25
2.1.6 Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory)	26
2.1.7 Kerangka Pemikiran Konseptual	30
2.2 Hipotesa Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32

3.2 Data dan Sumber Data.....	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi Penelitian.....	33
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling Penelitian	33
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1 Suku bunga acuan	35
3.4.2 Brand Awareness.....	35
3.4.3 Adopsi Penggunaan Paylater	35
3.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Teknik Pengumpulan dan Skala Pengukuran Data	36
3.5.2 Instrumen Penelitian	37
3.6 Metode Penelitian.....	38
3.6.1 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.5 Identifikasi Responden Berdasarkan Status Ekonomi.....	46
4.6 Hasil Penelitian Data	47
4.6.1 Uji Instrumen	47
4.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.6.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	52
4.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.6.5 Uji Hipotesis	56
4.7 Pembahasan	59
4.7.1 Pengaruh Suku Bunga Acuan terhadap Keputusan Generasi Z dalam Pengambilan KPR.....	59
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Generasi Z dalam Pengambilan KPR.....	60

4.7.3 Pengaruh Adopsi Penggunaan <i>Paylater</i> terhadap Keputusan Generasi Z dalam Pengambilan KPR	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian	9
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Status Ekonomi	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Variabel Suku Bunga Acuan.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Variabel Brand Awareness	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Variabel Adopsi Penggunaan Paylater.....	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Variabel Keputusan Pengambilan KPR.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 10 Hasil Penelitian Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 13 Penilaian Variabel Suku Bunga Acuan	52
Tabel 4. 14 Penilaian Variabel Brand Awareness	53
Tabel 4. 15 Penilaian Variabel Adopsi Penggunaan Paylater	53
Tabel 4. 16 Penilaian Variabel Keputusan Generasi z dalam Pengambilan KPR	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji Signifikansi Variabel Suku Bunga Acuan terhadap Keputusan Pengambilan KPR.....	56
Tabel 4. 19 Hasil Uji Signifikansi Variabel Brand Awareness terhadap Keputusan Pengambilan KPR.....	57
Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikansi Variabel Adopsi Penggunaan Paylater terhadap Keputusan Pengambilan KPR.....	57
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signfikan Simultan.....	58
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Tengah	3
Gambar 1. 2	Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Klasifikasi Generasi	4
Gambar 1. 3	Hasil Survei Frekuensi Penggunaan Paylater	6
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Konseptual	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi- Kisi Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Karakteristik Responden Secara Keseluruhan	75
Lampiran 3 Data Responden Variabel Suku Bunga Acuan	78
Lampiran 4 Responden Data Variabel Brand Awareness	81
Lampiran 5 Responden Data Variabel Adopsi Penggunaan Paylater	81
Lampiran 6 Data Responden Variabel Keputusan Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	86
Lampiran 7 Penilaian Responden pada Variabel Suku Bunga Acuan	89
Lampiran 8 Penilaian Responden pada Variabel Brand Awareness	90
Lampiran 9 Penilaian Responden pada Variabel Adopsi Penggunaan Paylater .	90
Lampiran 10 Penilaian Responden pada Variabel Keputusan Gnerasi Z dalam Pengambilan KPR	90
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Dan Reliabililitas Suku Bunga Acuan	90
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Dan Reliabililitas Brand Awareness	92
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Dan Reliabililitas Adopsi Penggunaan Paylater	93
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Dan Reliabililitas Keputusan Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	94
Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas	95
Lampiran 16 Hasil Uji Multikolineritas	95
Lampiran 17 Hasil Uji Heterokedastisitas	97
Lampiran 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	98
Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis	98
Lampiran 20 Hasil Keseluruhan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	99