

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Konsep Konstruk.....</b>	<b>12</b>
2.1.1 Quality Value.....	13
2.1.2 Emotional Value.....	13
2.1.3 Monetary Value.....	13
2.1.4 Social Value .....	14
2.1.5 E-Trust.....	14
2.1.6 E-Satisfaction .....	15
2.1.7 E-Loyalty.....	16
<b>2.2. Pengajuan Hipotesa .....</b>	<b>17</b>
2.2.1. Hubungan Antara Perceived Value dengan e-Trust.....	17
2.2.2. Hubungan Antara e-Trust dengan e-Loyalty.....	18
2.2.3. Hubungan Antara <i>e-Trust</i> dengan <i>e-Satisfaction</i> .....	19
2.2.4 Hubungan Antara <i>e-Satisfaction</i> dengan <i>e-Loyalty</i> .....	20
<b>2.3 Model Penelitian .....</b>	<b>21</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1. Objek Penelitian .....</b>	<b>23</b>
3.1.1 Sejarah Singkat Bank Jago.....	23
3.1.2 Pemilik Saham Bank Jago .....	23
3.1.3 Aplikasi Bank Jago .....	24
<b>3.2. Unit Analisis .....</b>	<b>25</b>
<b>3.3. Tipe Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>3.4. Operasionalitas Variabel Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Ruang Lingkup Penelitian .....</b>	<b>34</b>
3.5.1 Target Populasi .....	34
3.5.2 Sample Unit .....	34
3.5.3 Penentuan Jumlah Sampel .....	34
3.5.4 Metode Penarikan Sample .....	35
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>36</b>
<b>3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....</b>	<b>36</b>
3.7.1 Metode Analisis Data <i>Pre-Test</i> Menggunakan Faktor Analisis .....	36
3.7.2 Uji Validitas .....	36
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	37
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.1 Variabel Dalam SEM.....	37
3.8.2 Kecocokan Model Pengukuran ( <i>Measurement Model Fit</i> ).....	38
3.9 Hasil Uji Pendahuluan ( <i>Pre-Test</i> ).....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1.1 Profil Responden.....	44
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>77</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>77</b>
<b>5.2 Implikasi Manajerial.....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kontribusi PDB Menurut Lapangan Usaha .....	1
Gambar 2 Mobile Connection berdasarkan tipe .....	2
Gambar 3 Penyerapan Kategori Aplikasi .....	3
Gambar 4: Model Penelitian (Berraies, Yahia & Hannachi, 2017) .....	22
Gambar 5 Tampilan Aplikasi Bank Jago .....	24
Gambar 6 Model Penelitian pada Pre-test .....	39
Gambar 7 Jenis Kelamin Responden .....	44
Gambar 8 Usia Responden.....	45
Gambar 9 Domisili Responden.....	46
Gambar 10 Profesi Responden.....	47
Gambar 11 Pendidikan Terakhir Responden .....	47
Gambar 12 Terakhir Menggunakan Aplikasi Bank Jago.....	48
Gambar 13 Hasil Outer Loading Penelitian.....	62
Gambar 14 Hasil Uji Inner Model Instrumen Penelitian.....	68
Gambar 15 referensi fitur money tracker.....	80
Gambar 16 Muhammad Iqbaal Ramadhan .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 4 Keuntungan bagi digital banking.....	5
Tabel 2 Peta Persaingan digital banking application .....	7
Tabel 3 USP aplikasi Bank Jago .....	25
Tabel 4 Measurement Model Result on Pre-Test .....	41
Tabel 5 Discriminant Validity Kriteria Fornell-Larcker.....	43
Tabel 6 Konstruk “Emotional Value” .....	49
Tabel 7 Konstruk “Social Value” .....	50
Tabel 8 Konstruk “Monetary Value” .....	50
Tabel 9 Konstruk “Quality Value” .....	51
Tabel 10 Konstruk “E-Trust.....	52
Tabel 11 Konstruk “E-Satisfaction” .....	53
Tabel 12 Konstruk “E-Loyalty” .....	54
Tabel 13 Deskripsi Konstruk “Emotional Value” .....	54
Tabel 14 Deskripsi Konstruk “Social Value” .....	55
Tabel 15 Deskripsi Konstruk “Monetary Value”.....	56
Tabel 16 Deskripsi Konstruk “Quality Value” .....	57
Tabel 17 Deskripsi Konstruk “E-Trust” .....	58
Tabel 18 Deskripsi Konstruk “E-Satisfaction” .....	60
Tabel 19 Deskripsi Konstruk “E-Loyalty” .....	61
Tabel 20 Measurement Model Evaluation.....	66
Tabel 21 Inner Model dengan metode Cross Loading.....	67
Tabel 22 Collinearity (VIF) .....	69
Tabel 23 Size and Significance of Path Coefficient .....	69
Tabel 24 Coefficient of Determination .....	70
Tabel 25 Hasil Uji Hipotesis dan Besar Pengaruh.....	71
Tabel 26 Positioning Proposed .....	79