

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Pembatasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN LITERATUR

2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.2 Brand Equity	16
2.3 Loyalitas Nasabah.....	17
2.4 Kepercayaan Nasabah	20
2.4.1 Dimensi Kepercayaan Konsumen	21
2.5 Kepuasan Nasabah	22
2.5.1 Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	23
2.5.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	24
2.6 Komitmen Nasabah	25
2.7 Penelitian Terdahulu	27
2.8 Hubungan Antar Variabel	29
2.9 Model dan Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Unit Analisis	34
3.3 Jenis penelitian	35
3.4 Variabel Penelitian	36
3.4.1 Pengertian Variabel	36
3.4.2 Jenis-jenis Variabel	37
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	38
3.6 Skala Pengukuran	42
3.7 Pengukuran Skala	42
3.8 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.9 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.9.1 Populasi	45
3.9.2 Sampel	46
3.10 Teknik Pengambilan Sampel	46
3.10.1 Probability Sampling	46
3.10.2 Non-Probability Sampling	47
3.11 Penentuan Jumlah Sampel	49
3.12 Metode Analisis Data	49
3.12.1 Pretesting	49
3.12.2 Uji Reliabilitas	50
3.12.3 Uji Validitas	51
3.13 <i>Structural Equation Modeling</i>	52

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Uji Studi Pendahuluan	54
4.1.1 Hasil Uji Reliabilitas Pretest	54
4.1.2 Hasil Uji Validitas Pretest	57
4.2 Hasil Penelitian Aktual	59
4.2.1 Profil Responden	59
4.2.2 Statistik Deskriptif	61
4.2.3 Structural Equation Modeling (SEM)	64
4.2.3.1 Model Pengukuran	64
4.2.3.2 Inner Model (Uji Hipotesis)	69
4.3 Pembahasan	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 75
5.2 Kontribusi Teoritis 76
5.3 Implikasi Manajerial 77
5.4 Keterbatasan Penelitian 78
5.5 Saran 80

DAFTAR PUSTAKA 82

LAMPIRAN 86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan 10 Bank Terbesar di Indonesia	3
Gambar 2.1 Model dan Hipotesis	32
Gambar 3.1 Jenis-Jenis Variabel	38
Gambar 4.1 Model Struktural	71



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pemenang Top Brand Award Kategori Banking & Finance	5
Tabel 1.2	Pemenang Top Brand Award Kategori Mobile Banking	6
Tabel 1.3	Pemenang Top Brand Award Kategori Internet Banking	7
Tabel 2.1	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	16
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	38
Tabel 4.1	Uji Reliabilitas Pretest (Cronbach's Alpha).....	55
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas Pretest (Composite Reliability)	55
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Indikator	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Konvergen (AVE).....	58
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Diskriminan	58
Tabel 4.6	Profil Responden	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Penelitian Aktual	61
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Actual Test (Cronbach's Alpha)	65
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Actual Test (Composite Reliability)	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Indikato	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Konvergen (AVE)	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	71