

DAFTAR ISI

JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	29

2.3	Pengembangan Hipotesis	30
2.4	Model Penelitian.....	35
2.5	Bagian Alur Berpikir.....	37
BAB III.....		39
METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.5	Metode Analisis Data.....	49
Bab IV		62
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Gambaran Umum.....	62
4.2	Analisis Data.....	65
4.2.1	Tanggapan Responden	65
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	73
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Reliabilty</i>	74
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Privacy and Security</i>	75

4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Website Design</i>	76
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i>	78
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>E-banking Satisfaction</i>	79
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>E-banking Loyalty</i>	81
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	82
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data	83
4.2.3.2	Evaluasi Outliners.....	85
4.2.3.3	Univariate Outliers	85
4.2.3.4	Multivariate Outliers.....	87
4.2.3.5	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	88
4.2.3.6	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	88
4.2.3.6.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	89
4.2.3.6.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	91
4.2.4	Analisis Full Structural Equation Modeling	92
4.2.5	Uji Reliability.....	94
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis	96
4.2.6.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	97
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	98

4.2.6.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	99
4.2.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	99
4.2.6.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	100
4.2.6.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	100
4.2.6.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	101
4.2.6.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	101
4.2.6.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9).....	102
4.3 Pembahasan.....	103
BAB V	119
KESIMPULAN.....	119
5.1 Simpulan.....	119
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	120
5.1.1.1 Pengaruh Reliability terhadap E-banking Satisfaction.....	120
5.1.1.2 Pengaruh Reliability terhadap E-banking Loyalty	121
5.1.1.3 Pengaruh Privacy And Security terhadap E-banking Satisfaction	122
5.1.1.4 Pengaruh Privacy And Security terhadap E-banking Loyalty.....	123
5.1.1.5 Pengaruh Website Design terhadap E-banking Satisfaction	124
5.1.1.6 Pengaruh Website Design terhadap E-banking Loyalty.....	125

5.1.1.7 Pengaruh Customer Service and Support terhadap E-banking Satisfaction.....	126
5.1.1.8 Pengaruh Customer Service and Support terhadap E-banking Loyalty	127
5.1.1.9 Pengaruh E-banking Satisfaction terhadap E-banking Loyalty.....	128
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	129
5.2 Implikasi Teoritis.....	130
5.2.1 Implikasi Manajerial	132
5.3 Rekomendasi	137
Daftar Pustaka	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia yang online melalui perangkat mobile.....	2
Gambar 1.2 Proporsi kepemilikan perangkat pengakses internet di kalangan pengguna internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Hasil Survei Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2021	9
Gambar 1.4 Logo BNI MOBILE.....	10
Gambar 1.5 Menunjukkan Layar Utama Dari BNI Mobile	11
Gambar 1.6 Menunjukkan Fitur Fingerprint	12

Gambar 1.7 Customer Service BNI Mobile.....	15
Gambar 1.8 Rating Aplikasi BNI Mobile	16
Gambar 2.2 Model Penelitian	35
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	51
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	53
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen.....	55
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index).....	59