

DAFTAR ISI

ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	16
1.4.1. Manfaat Teoritis	16
1.4.2. Manfaat Praktis	16
1.5. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJUAN PUSTAKA	19
2.1. Merek (<i>Brand</i>)	19
2.2. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	20
2.3. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	25
2.4. Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	26
2.5. Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	30
2.6. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	31
2.7. Keterlibatan Merek (<i>Brand Engagement</i>)	33
2.8. Kepuasan pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	36
2.9. Loyalitas Nasabah (<i>Customer Loyalty</i>)	37
2.10 Hubungan Antar Variable	40
2.10.1. Brand Equity pada Customer Satisfaction	40
2.10.2. Brand Trust pada Customer Satisfaction	41

2.10.3. Brand Engagement pada Customer Satisfaction	43
2.10.4. <i>Brand Equity</i> pada Loyalitas Nasabah	44
2.10.5. <i>Brand Trust</i> pada Loyalitas Nasabah.....	46
2.10.6. <i>Brand Engagement</i> pada Loyalitas Nasabah.....	47
2.10.7. <i>Customer Satisfaction</i> pada Loyalitas Nasabah	48
2.11. Model Penelitian	49
2.11.1. Model Penelitian dari Feiz & Moradi (2019).....	50
2.11.2. Model usulan penelitian yang dilakukan saat ini.	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1. Objek Penelitian.....	51
3.2. Unit Analisis	51
3.3 Tipe Penelitian	52
3.4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	53
3.5. Populasi dan Sampel	53
3.5.1. Populasi.....	53
3.5.2. Sampel.....	54
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	55
3.7. Metode Analisis Data.....	56
3.8. Analisa Model Pada PLS SEM.....	56
3.8.1. Outer Model	56
3.8.2. Inner Model.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Profil Demografi Responden.....	60
4.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.3. Evaluasi Model Pengukuran Outer Model (<i>Measurement Model</i>)	72
4.3.1 Uji Validitas LOC dan HOC.....	73

4.3.1.1 Convergent Validity LOC dan HOC	73
4.3.1.2 Discriminant Validity HTMT	76
4.3.2 Uji Realibilitas	78
4.4. Evaluasi <i>Inner Model (Structural Model)</i> HOC	80
4.4.1 Uji Multikolinearitas	80
4.4.2 R^2 value (<i>Coefficient of Determination</i>)	81
4.4.3 Pengujian F2	83
4.4.4 Pengujian Q2	85
4.5. Uji Hipotesis	86
4.5.1. Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
4.5.2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
4.5.3. Pengaruh <i>Brand Engagement</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	89
4.5.4. Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	89
4.5.5. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	90
4.5.6. Pengaruh <i>Brand Engagament</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	91
4.5.7. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	91
4.6. Konstruk Total <i>Effect</i> dan <i>Performance (Importance-Performance Map Analysis)</i>	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Implikasi Manajerial	95
5.3. Implikasi Teoritis	97
5.4. Keterbatasan dan Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Yang Bertentangan.....	11
Tabel 4.1 Karakteristik Profil Responden	60
Tabel 4.2 Klasifikasi Skala Likert	64
Tabel 4.3 Hasil Statistika Deskriptif Variabel Brand Equity	65
Tabel 4.4 Hasil Statistika Deskriptif Variabel Brand Trust.....	68
Tabel 4.5 Hasil Statistika Deskriptif Variabel Brand Engagement	69
Tabel 4.6 Hasil Statistika Deskriptif Variabel Customer Satisfaction.....	70
Tabel 4.7 Hasil Statistika Deskriptif Variabel Customer Loyalty	71
Tabel 4.8 Nilai Loading Factor LOC.....	74
Tabel 4.9 Nilai Loading Factor HOC	74
Tabel 4.10 Hasil Average Variance Extracted (AVE) LOC.....	75
Tabel 4.11 Hasil Average Variance Extracted (AVE) HOC	76
Tabel 4.12 Hasil HTMT LOC	77
Tabel 4.13 Hasil HTMT HOC.....	77
Tabel 4.14 Nilai Cronbach's Alpha & Composite Reliability LOC dari SmartPL	78
Tabel 4.15 Nilai Cronbach's Alpha & Composite Reliability HOC dari SmartPLS.....	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas VIF.....	81
Tabel 4.17 Nilai R Square dan R Square Adjusted	82
Tabel 4.18 Nilai F Square.....	83

Tabel 4.19 Nilai Q Square	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	87
Tabel 4.21 Hasil Uji IPMA	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Likuiditas Perbankan	1
Gambar 1. 2 Perkembangan Indeks Lending Requirement.....	2
Gambar 1. 3 Program-Program BTN Syariah	4
Gambar 1. 4 Anugerah Syariah Republika kepada BTN Syariah	5
Gambar 1. 5 Top of Mind Bank Syariah	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Dari Penelitian Feiz & Moradi	50
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Usulan Peneliti.....	50
Gambar 4. 1 Hasil Uji Smart PLS.....	85
Gambar 4. 2 Hasil Uji Smart PLS	87