

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Prakata	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
Daftar Isi	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Hipotesis Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	14
1. Kegunaan Secara Teoritis	14
2. Kegunaan Secara Praktis	14
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	15

F. Penegasan Istilah	15
1. Penegasan konseptual	15
2. Penegasan operasional	17
BAB II: LANDASAN TEORI	18
A. Tinjauan Teori Tentang Loyalitas Nasabah	18
B. Tinjauan Teori Tentang Digital Banking	33
C. Tinjauan Teori Tentang Kualitas Layanan	40
D. Tinjauan Teori Tentang Kepuasan Nasabah	42
E. Bank Syariah Indonesia	49
F. Penelitian Terdahulu	51
G. Kerangka Konseptual	81
BAB III: METODE PENELITIAN	85
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	85
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	85
C. Teknik Pengumpulan Data, Sumber Data, Variabel	87
D. Instrumen Penelitian.....	91
E. Analisis Data	93
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	93
II. Uji Asumsi Klasik.....	94
III. Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
IV. Uji Hipotesis.....	97
G. Analisis Jalur Path (<i>Path Analysis</i>)	99
BAB IV: HASIL PENELITIAN	102
A. Diskripsi Objek Penelitian.....	102

B. Diskripsi Data Penelitian.....	103
C. Analisis Data	104
a) Deskriptif Statistik.....	104
b) Uji Validitas.....	106
c) Uji Reliabilitas.....	110
d) Uji Asumsi Klasik	110
D. Uji Regresi Linier Berganda.....	114
E. Uji Hipotesis.....	118
a) Uji-T	119
b) Uji-F.....	122
c) Uji-R	123
F. Analisis Jalur (Path Analysis)	124
BAB V: PEMBAHASAN	132
A. Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah.....	132
B. Pengaruh <i>digital banking</i> terhadap loyalitas nasabah	135
C. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.....	139
D. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.....	143
E. Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.....	147
F. Pengaruh <i>digital banking</i> terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.....	151
G. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.....	154
BAB VI: PENUTUP	159
A. Kesimpulan	161

B. Implikasi	162
C. Saran	162

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN