

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fenomena Bisnis.....	2
1.3 Masalah Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>16</b>
2.1 Konsep Dasar dan Dimensionalisasi Variabel .....	16
2.1.1 Teori <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	16
2.1.2 <i>Cashless Payment</i> .....	17
2.1.3 <i>Trust</i> .....	18
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.1.5 <i>Customer Retention</i> .....	21
2.2 Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Model .....	22
2.2.1 Pengaruh <i>Cashless Payment</i> Dengan <i>Trust</i> .....	22
2.2.2 Pengaruh <i>Cashless Payment</i> Dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Dengan <i>Trust</i> .....	24
2.2.4 Pengaruh <i>Trust</i> Dengan <i>Customer Retention</i> .....	26
2.2.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Dengan <i>Customer Retention</i> ...	27

2.3	Rangkuman Model.....	28
<b>BAB III MODEL PENELITIAN..... 29</b>		
3.1	Jenis Data dan Sumber Data .....	29
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1	Populasi.....	30
3.2.2	Penentuan Sampel.....	30
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas Data.....	33
3.4.1	Uji Validitas.....	33
3.4.2	Uji Reabilitas .....	33
3.5	Teknik Analisis.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 39</b>		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.2	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> ) .....	44
4.2.1	Outer Loading Factor.....	44
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
4.3	Pengujian <i>Structural Model</i> .....	50
4.3.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
4.3.2	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	50
4.4	Pembahasan Hasil.....	54
4.4.1	Pengaruh <i>Cashless Payment</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	54
4.4.2	Pengaruh <i>Cashless Payment</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	56
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	57
4.4.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	58
4.4.5	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> .....	59
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 61</b>		
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Implikasi Teoritis .....	61
5.3	Implikasi Manajerial .....	62

<b>5.4 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>5.5 Saran .....</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

