

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	8
2.1. Telaah Pustaka.....	8
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.1.2. Teori Perilaku Konsumen	8
2.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4. Teori Perilaku.....	13
2.2. Minat bertransaksi kembali	13
2.3. Rekening <i>Dormant</i>	14
2.4. Digital Marketing	15
2.5. Kepercayaan Nasabah.....	18
2.6. Pengaruh antar Variabel	19

2.6.1.	Pengaruh Rekening Dormant terhadap Kepercayaan Nasabah.....	19
2.6.2.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Kepercayaan Nasabah.....	19
2.6.3.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Bertransaksi Kembali	20
2.6.4.	Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Bertransaksi Kembali	21
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.8.	Model Penelitian Empiris	22
2.9.	Perumusan Hipotesis.....	22
2.10.	Definisi Operasional Variabel	23
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1.	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	26
3.1.1.	Jenis Data.....	26
3.1.2.	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.2.	Populasi dan Sampel	27
3.3.	Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas	27
3.4.	Persepsi Responden terhadap Indikator Variabel Penelitian	28
3.5.	Teknik Analisis	29
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	35
4.1.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.1.2.	Responden Menurut Usia	36
4.1.3.	Responden menurut Tingkat Pendidikan.....	37
4.2.	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	37
4.3.	Analisis Data Penelitian	39
4.4.	Pengujian Asumsi SEM	40
4.4.1.	Evaluasi Normalitas Data.....	40

4.4.2.	<i>Multivariate Outliers</i>	41
4.4.3.	Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>singularity</i>	44
4.4.4.	Interpretasi dan Modifikasi Model	45
4.5.	<i>Analisis Structural Equation Modelling</i>	47
4.6.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	49
4.7.	Pengujian Hipotesis	51
4.8.	Interpretasi Hasil	52
4.8.1.	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 1	52
4.8.2.	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 2	52
4.8.3.	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 3	52
4.8.4.	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 4	53
4.8.5.	Interpretasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	53
4.9.	Pembahasan	54
BAB V PENUTUP		57
5.1.	Simpulan	57
5.2.	Simpulan atas Masalah Penelitian	58
5.3.	Implikasi Teoritis	60
5.4.	Implikasi Manajerial	60
5.5.	Keterbatasan Penelitian	62
5.6.	Agenda Penelitian Mendatang	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		64