

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penelitian .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Teori Loyalitas Konsumen.....	16
2.1.2 Kebocoran Data .....	23
2.1.3 Kualitas Layanan .....	27
2.1.4 Keamanan .....	31
2.1.5 Kepercayaan.....	33
2.1.6 <i>Brand Image</i> .....	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Berpikir .....	44
2.4 Hipotesis Penelitian.....	45

2.4.1 Pengaruh Kebocoran Data Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BSI ...	45
2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI .....	46
2.4.3 Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI .....	47
2.4.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI .....	47
2.4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah BSI .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	49
3.1.1 Variabel Penelitian.....	49
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	49
3.2 Populasi dan Sampel .....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel .....	54
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	56
3.3.1 Jenis Data.....	56
3.3.2 Sumber Data .....	56
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	57
3.4.1 Kuesioner.....	57
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	58
3.5 Metode Analisis Data .....	58
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	58
3.5.2 Analisis SEM-PLS.....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 Analisis Data .....	70
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	70
4.2.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	75
4.2.3 Pengujian Hipotesis .....	77
4.3 Interpretasi Hasil .....	80
4.3.1 Pengaruh Kebocoran Data Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	80

4.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	82
4.3.3 Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	84
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	86
4.3.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	88
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	92
5.3 Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101

