

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Kesenjangan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.1 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.2 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5 Asumsi-Asumsi Penting .....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1 Teori Service Dominan Logic.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2 Kualitas Pelayanan (Service Quality) .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.3 Pemasaran Sosial Media.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.4 Customer Engagement.....</b>	<b>32</b>
<b>2.1.5 Keputusan Nasabah .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1.6 Bank Syariah .....</b>	<b>48</b>
<b>2.1.7 Pembiayaan Syariah .....</b>	<b>54</b>
<b>2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis.....</b>	<b>61</b>

2.2.1	Variabel Service Quality (X1) .....	61
2.2.2	Variabel Sosial Media Marketing (X2) .....	61
2.2.3	Variabel Customer Engagement (X3) .....	62
2.2.4	Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	62
2.2.5	Hipotesis .....	62
2.3	Model Penelitian Empiris .....	64
2.4	Dimensionalisasi Konsep .....	70
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>72</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	72
3.1.1	Jenis Penelitian .....	72
3.1.2	Sumber Data .....	72
3.2	Populasi dan Sampel .....	73
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	76
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	77
3.5	Teknik Analisis Data .....	79
3.5.1	Analisis Data Deskriptif.....	79
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	79
3.5.3	Uji Kualitas Data.....	81
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>		<b>88</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	88
4.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	88
4.1.2	Visi Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	89
4.1.3	Struktur Organisasi .....	90
4.2	Karakteristik Responden.....	90
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	91
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	92
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	93
4.3	Proses dan Hasil Analisis .....	94
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	94

4.3.2	<b>Hasil Uji Analisis SEM .....</b>	<b>104</b>
4.4	<b>Pembahasan .....</b>	<b>110</b>
4.4.1	<b>Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Pembiayaan</b>	<b>110</b>
4.4.2	<b>Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Engagement.</b>	<b>111</b>
4.4.3	<b>Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan     Pembiayaan .....</b>	<b>113</b>
4.4.4	<b>Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer     Engagement.....</b>	<b>116</b>
4.4.5	<b>Pengaruh Customer Engagement Terhadap Keputusan     Pembiayaan .....</b>	<b>118</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>120</b>
5.1	<b>Kesimpulan Hipotesis.....</b>	<b>120</b>
5.2	<b>Implikasi Teoritis .....</b>	<b>120</b>
5.3	<b>Implikasi Manajerial.....</b>	<b>122</b>
5.4	<b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>123</b>
5.5	<b>Agenda Penelitian Mendatang .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>126</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>131</b>

**FEB UNDIP**