

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	14
2.1.2 <i>E-Trust</i>	19
2.1.3 <i>E-Service Quality</i>	20
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> pada Pengguna BCA Syariah <i>Mobile</i>	27
2.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> pada Pengguna BCA Syariah <i>Mobile</i>	28
2.3.3 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> pada Pengguna BCA Syariah <i>Mobile</i>	29
2.4 Kerangka Berpikir.....	30
2.5 Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
3.1.1 Variabel Penelitian.....	32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi Penelitian	36
3.2.2 Sampel Penelitian	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Analisis.....	39
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.5.2 Uji Instrumen Data	40
3.5.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	41
3.5.4 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	51
4.3 Metode Analisis Data.....	52
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	52
4.3.2 Uji Instrumen Data	60
4.3.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	63
4.3.4 Uji Hipotesis.....	67
4.4 Pembahasan	72
4.4.1 Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty pada Pengguna BCA Syariah Mobile.....	72
4.4.2 Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty pada Pengguna BCA Syariah Mobile.....	73
4.4.3 Pengaruh E-Satisfaction terhadap E-Loyalty pada Pengguna BCA Syariah Mobile.....	74
BAB V PENUTUP.....	77

5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	79
5.3.1 Saran Teoritis	79
5.3.2 Saran Praktisi	79

