

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. <i>Brand Image</i>	12
2.1.2. <i>Service Quality</i>	16
2.1.3. <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	22
2.1.4. Kepuasan Konsumen.....	26

2.1.5. Loyalitas Konsumen	31
2.2. Pengembangan Hipotesis	35
2.3. Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	48
3.2. Lokasi Penelitian	48
3.3. Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian.....	48
3.4. Data Yang Dibutuhkan.....	51
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.6. Cara Pengumpulan Data	54
3.7. Uji Instrumen.....	55
3.8. Analisis Data	60
BAB IV HASIL ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Responden	65
4.2. Penilaian Responden Terhadap Variabel-Variabel Penelitian	68
4.3. Analisis Data	81
4.4. Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	84
4.5. Pengujian Hipotesis Penelitian	101
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	122
B. Saran.....	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pencapaian DPK Bank BRI Cabang Yogyakarta April 2019.....	2
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3. Rincian Sampel Penelitian.....	47
Tabel 3.2. Uji Validitas Instrumen.....	50
Tabel 3.3. Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
Tabel 3.4. Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	55
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 4.2. Jumlah Usia Responden.....	60
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	61
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5. Skala Distribusi Kriteria Penilaian.....	62
Tabel 4.6. Penilaian Variabel <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4.7. Gambaran Rinci Responden Tentang <i>Brand Image</i>	64
Tabel 4.8. Penilaian Variabel <i>Service Quality</i>	65
Tabel 4.9. Gambaran Rinci Responden Tentang <i>Service Quality</i>	66
Tabel 4.10. Penilaian Variabel <i>Trust</i>	68
Tabel 4.11. Gambaran Rinci Responden Tentang <i>Trust</i>	69
Tabel 4.12. Data Kepuasan Konsumen.....	70
Tabel 4.13. Gambaran Rinci Responden Tentang Kepuasan Nasabah.....	71
Tabel 4.14. Data Variabel Loyalitas Nasabah.....	72
Tabel 4.15. Gambaran Rinci Responden Tentang Loyalitas Nasabah.....	73
Tabel 4.16. Uji Reliabilitas Multivariate.....	75
Tabel 4.17. Uji <i>Variance Extract</i> Multivariate.....	76
Tabel 4.18. Uji Reliability dan <i>Variance Extract</i>	77

Tabel 4.19. Hasil Pengujian Kelayakan Model Pada Analisis Faktor	
Konfirmatori Konstruk Brand Image.....	79
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Kelayakan Model Pada Analisis Faktor	
Konfirmatori Konstruk Service Quality.....	81
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Kelayakan Model Pada Analisis Faktor	
Konfirmatori Konstruk Trust.....	82
Tabel 4.22. Hasil Pengujian Kelayakan Model Pada Analisis Faktor	
Konfirmatori Konstruk Kepuasan Nasabah	84
Tabel 4.23. Hasil Pengujian Kelayakan Model Pada Analisis Faktor	
Konfirmatori Konstruk Loyalitas Nasabah	85
Tabel 4.24. Mahalanobis distance.....	87
Tabel 4.25. Normalitas Data	88
Table 4.26. Standardized Residual Covariance	90
Tabel 4.27. Hasil Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit-Indices</i>) Full Model	93
Tabel 4. 28 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Analisis Struktural	
<i>Equation Modeling</i> Uji Hipotesis <i>Standardized</i>	94
Tabel 4. 29 Squared Multiple Correlations Persamaan 1	97
Tabel 4.30 Squared Multiple Correlations Persamaan 2	101
Tabel 4. 31. Kesimpulan Hipotesis	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Brand Image	79
Gambar 4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Service Quality	80
Gambar 4.3. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Trust.....	82
Gambar 4.4. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kepuasan Nasabah.....	83
Gambar 4.5. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Loyalitas Nasabah.....	85
Gambar 4.6. Hasil Uji Full Model Final.....	92

