

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Identifikasi Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II Tinjauan Pustaka.....	13
2.1 Rangkuman Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 <i>Theory Planned Behavior</i>	15
2.1.4 Persepsi	18
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.6 <i>Customer Switching Intention</i>	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1 Persepsi dengan <i>Customer Satisfaction</i>	23

2.2.2	<i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	23
2.2.3	Persepsi dengan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Switching Intention</i>	24
2.3	Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Pemikiran	32
2.5	Hipotesis Penelitian.....	33
2.6	Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III Metode Penelitian		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3	Skala Pengukuran	37
3.4	Tahapan Penelitian	37
3.5	Populasi dan Sampel	39
3.5.1	Populasi.....	39
3.5.2	Sampel	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7	Teknik Analisis Data	41
3.7.1	Analisis Deskriptif	41
3.7.2	Analisis Path Dengan Menggunakan Permodelan SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	43
3.7.3	Analisis Statistik Inferensial	44
3.7.3.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	44
3.7.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	47
3.7.3.3	Model Analisis Persamaan Struktural	48
3.7.3.4	Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....		50
4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51

4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan	53
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Konvensional yang digunakan	54
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel	55
4.2.1.1	Variabel Persepsi Bank Syariah.....	55
4.2.1.2	Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.2.1.3	Variabel <i>Customer Switching Intention</i>	60
4.2.2	Analisis Statistik Inferensial	62
4.2.2.1	<i>Predictive Relevance</i>	62
4.2.2.2	<i>Inner Model</i>	64
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V Kesimpulan dan Saran		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	72
Daftar Pustaka.....		73
Lampiran		