

DAFTAR ISI

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.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Theory Push Pull Mooring</i> (PPM).....	16
2.1.2 <i>Theory Reasoned Action</i> (TRA).....	18
2.1.3 Teori Preferensi Konsumen	19
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.5 <i>Alternative Attractiveness</i>	21
2.1.6 <i>Subjective Norm</i>	22
2.1.7 <i>Religiosity</i>	24
2.1.8 <i>Switching Intention</i>	25

2.1.9 <i>Switching Behaviour</i>	27
2.1.10 Perbedaan Bank Konvensional Dengan Bank Syariah.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Switching Intention</i>	36
2.3.2 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> Terhadap <i>Switching Intention</i>	36
2.3.3 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Switching Intention</i>	37
2.3.4 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Switching Intention</i>	38
2.3.5 Pengaruh <i>Switching Intention</i> Terhadap <i>Switching Behavior</i>	38
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Switching Behaviour</i> melalui <i>Switching Intention</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	39
2.3.7 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> Terhadap <i>Switching Behaviour</i> melalui <i>Switching Intention</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	40
2.3.8 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Switching Behaviour</i> melalui <i>Switching Intention</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	41
2.3.9 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Switching Behaviour</i> melalui <i>Switching Intention</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i>	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
2.5 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5 Metode Analisis	52

3.5.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
3.5.2 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia	58
4.1.3 Produk & Layanan Bank Syariah Indonesia	59
4.2 Gambaran Umum Responden	63
4.2.1 Data Responden Menurut Usia	64
4.2.2 Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	64
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Kecamatan	65
4.2.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
4.2.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
4.2.6 Data Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku Tiap Bulan	67
4.2.7 Data Responden Berdasarkan Pengguna Layanan Bank	68
4.3 Analisis Data.....	69
4.3.1 Analisis Outer Model.....	69
4.3.2 Analisis Inner Model.....	75
4.3.3 Uji Hipotesis	77
4.4 Interpretasi Hasil.....	82
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	82
4.4.2 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	84
4.4.3 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	85
4.4.4 Pengaruh <i>Religiosity</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	86
4.4.5 Pengaruh <i>Switching Intention</i> terhadap <i>Switching Behavior</i>	87
4.4.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Switching Behavior</i> melalui <i>Switching Intention</i>	88

4.4.7 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> terhadap <i>Switching Behavior</i> melalui <i>Switching Intention</i>	89
4.4.8 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Switching Behavior</i> Melalui <i>Switching Intention</i>	90
4.4.9 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Switching Behavior</i> Melalui <i>Switching Intention</i>	91
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran	94
5.3.1 Bagi Perbankan Syariah.....	95
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	103