

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	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	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Perilaku Konsumen dalam Islam	14
2.1.3 Perbankan Digital	16
2.1.4 Kualitas Layanan Elektronik.....	19
2.1.5 Kepuasan Nasabah.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional.....	37

3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1	Data Primer.....	41
3.3.2	Data Sekunder.....	42
3.4	Metode dalam Mengumpulkan Data.....	42
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Profil PT. Bank Syariah Indonesia.....	52
4.1.2	Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia.....	53
4.1.3	Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia.....	53
4.2	Gambaran Umum Responden.....	56
4.2.1	Gambaran Umum Komposisi Jenis Kelamin dari Responden.....	56
4.2.2	Gambaran Umum Berdasarkan Umur Responden.....	57
4.2.3	Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan Responden.....	58
4.2.4	Gambaran Umum Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	58
4.3	Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	59
4.3.1	Uji Instrumen Data.....	59
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.3.4	Uji Hipotesis.....	70
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Pengaruh Pengorganisasian Situs Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	75
4.4.2	Pengaruh Reliabilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	77
4.4.3	Pengaruh Responsivitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	78

4.4.4 Pengaruh Keramahan Pengguna Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	79
4.4.5 Pengaruh Kebutuhan Pribadi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	80
4.4.6 Pengaruh Efisiensi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	81
4.4.7 Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Digital Banking</i>	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	85