

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	17
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	17
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	17
1.4. Asumsi – Asumsi Penting .....	18
1.4.1. Strategi Penurunan MDR .....	18
1.4.2. Loyalty Point .....	18
1.4.3. Pengaruh Gabungan .....	19
1.5. Sistematika Penulisan .....	19
1.5.1. Bab I Pendahuluan .....	19
1.5.2. Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Model .....	19
1.5.3. Bab III Metode Penelitian .....	20
1.5.4. Bab IV Analisis Data .....	20
1.5.5. Bab V Kesimpulan dan Saran .....	20
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....</b>	<b>22</b>
2.1. Konsep Dasar .....	22
2.1.1. Definisi <i>Merchant</i> .....	22

2.1.2.	Teori Ekonomi Biaya Transaksi .....	25
2.1.3.	Teori Insentif dan Motivasi .....	26
2.1.4.	Nilai yang diperoleh <i>Merchant</i> ( <i>Merchant Value</i> ) .....	28
2.1.5.	Kepuasan <i>Merchant</i> ( <i>Merchant Satisfaction</i> ) .....	30
2.1.6.	Loyalitas <i>Merchant</i> ( <i>Merchant Loyalty</i> ).....	32
2.1.7.	Retensi <i>Merchant</i> ( <i>Merchant Retention</i> ) .....	35
2.1.8.	<i>Merchant Discount Rate</i> .....	38
2.1.9.	<i>Loyalty Point</i> .....	40
2.2.	Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	41
2.2.1.	Pengaruh Penurunan <i>Merchant Discount Rate</i> sebagai <i>Customer Cost</i> (Biaya Transaksi) terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Retention</i> ).....	41
2.2.2.	Pengaruh <i>Loyalty Point</i> sebagai Insentif dan Motivasi terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Retention</i> ).....	43
2.2.3.	Pengaruh Penurunan <i>Merchant Discount Rate</i> sebagai <i>Customer Cost</i> (Biaya Transaksi) terhadap Kepuasan <i>Merchant</i> dalam Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Satisfaction</i> ) .....	44
2.2.4.	Pengaruh <i>Loyalty Point</i> sebagai Insentif dan Motivasi terhadap Kepuasan Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Satisfaction</i> ) .....	45
2.2.5.	Pengaruh <i>Kepuasan Merchant</i> ( <i>Merchant Satisfaction</i> ) Penggunaan Mesin EDC Bank X terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Retention</i> ).....	46
2.3.	Kerangka.Pemikiran .....	48
2.4.	Hipotesis.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>50</b>

3.1.	<b>Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukurannya .....</b>	<b>50</b>
3.1.1.	Variabel Penelitian.....	50
3.1.2.	Definisi Operasional .....	52
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	57
3.3.	Populasi Penelitian, Sampel Penelitian, Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	59
3.3.1.	Populasi.....	59
3.3.2.	Sampel.....	59
3.3.3.	Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Pengambilan Sampling .....	60
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.4.2.	Skala Pengukuran.....	62
3.5.	Teknik Analisis Data .....	63
3.5.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	65
3.6.	Uji Hipotesis .....	66
3.6.1.	Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	66
3.6.2.	Uji Pengaruh Mediasi ( <i>Path Analysis</i> ).....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>69</b>
4.1.	Profil Responden .....	69
4.2.	Uji Statistik Deskriptif.....	70
4.2.1.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Strategi Penurunan MDR.....	71
4.2.2.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Strategi <i>Loyalty Point</i> .....	72
4.2.3.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan <i>Merchant</i> .....	73
4.2.4.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Mesin EDC .....	74
4.3.	Uji Statistik Inferensial.....	76
4.3.1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	76
4.3.2.	<i>Indicator Reliability (Outer Loading)</i> .....	76
4.3.3.	<i>Construct Reliability (Cronbach Alpha dan Composite Reliability)</i> .....	78

4.3.4.	<i>Convergent Validity (AVE)</i> .....	79
4.3.5.	<i>Discriminant Validity</i> .....	79
4.4.	<i>Inner Model</i> .....	80
4.4.1.	<i>VIF</i> .....	80
4.4.2.	<i>Hasil Uji R - Square (R2)</i> .....	80
4.5.	<i>Uji Signifikansi Hipotesis</i> .....	81
4.6.	<i>Pembahasan</i> .....	85
4.6.1.	<i>Pengaruh Penurunan Merchant Discount Rate sebagai Customer Cost (Biaya Transaksi) terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Retention)</i> .....	85
4.6.2.	<i>Pengaruh Loyalty Point sebagai Insentif dan Motivasi terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Retention)</i> .....	86
4.6.3.	<i>Pengaruh Penurunan Merchant Discount Rate sebagai Customer Cost (Biaya Transaksi) terhadap Kepuasan Merchant dalam Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Satisfaction)</i> .....	88
4.6.4.	<i>Pengaruh Loyalty Point sebagai Insentif dan Motivasi terhadap Kepuasan Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Satisfaction)</i> .....	89
4.6.5.	<i>Pengaruh Kepuasan Merchant (Merchant Satisfaction) terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Retention)</i> .....	90
4.6.6.	<i>Pengaruh Penurunan Merchant Discount Rate sebagai Customer Cost (Biaya Transaksi) terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar (Merchant Retention) secara Langsung dan Melalui Kepuasan Merchant (Merchant Satisfaction)</i> .....	91
4.6.7.	<i>Pengaruh Loyalty Point sebagai Insentif dan Motivasi terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional</i>	

Office Denpasar ( <i>Merchant Retention</i> ) secara Langsung dan Melalui Kepuasan <i>Merchant (Merchant Satisfaction)</i> .....	92
4.6.8. Perbandingan Kekuatan Pengaruh Strategi Penurunan MDR dengan Strategi pemberian <i>loyalty Point</i> terhadap Tingkat Penggunaan Mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar ( <i>Merchant Retention</i> ).....	93
4.6.9. Kekuatan Indikator Pada Setiap Variabel .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Implikasi Manajerial .....	97
5.3. Implikasi Teori .....	99
5.4. Keterbatasan .....	100
5.5. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

**FEB UNDIP**