

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Manajerial	10
1.4.3 Manfaat Metodologis.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian Kuantitatif.....	11
1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian Kualitatif	12
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori Penelitian Kuantitatif.....	20
2.1.1 Teori e-SERVQUAL.....	20
2.1.2 Teori Kualitas Produk Aplikasi Digital.....	23

2.1.3	Teori Kepuasan Nasabah (<i>Expectation Confirmation Model – ECM</i>).....	25
2.1.4	Teori Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty Model</i>) ..	27
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	29
2.3	Landasan Teori Penelitian Kualitatif.....	30
2.3.1	Teori Pengalaman Pengguna (<i>User Experience Theory</i>) ..	30
2.3.2	Teori Adopsi Teknologi (<i>Technology Acceptance Model – TAM</i>).....	30
2.3.3	Teori Kepuasan dan Persepsi Interaksi Digital.....	31
2.4	Penelitian Terdahulu.....	31
2.5	Kerangka Berpikir	33
2.5.1	<i>E-Service Quality</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	33
2.5.2	Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah.....	34
2.5.3	<i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.5.4	Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.5.5	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ...	36
2.6	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
3.1.1	Definisi dan alasan Pemilihan <i>Mixed Method Sequential Explanatory</i>	40
3.1.2	Rancangan Penelitian <i>Mixed Methods</i>	41
3.1.3	Keuntungan Pendekatan <i>Mixed Methods</i>	41
3.1.4	Implikasi Pendekatan dalam Penelitian Ini	43
3.1.5	Kontribusi terhadap Tujuan Penelitian dan Ilmu Pengetahuan	44
3.2	Langkah-langkah Penelitian.....	45
3.2.1	Tahap Pertama: Survei Kuantitatif.....	45
3.2.2	Tahap Kedua: Wawancara Kualitatif Mendalam.....	46

3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampel	48
3.4.1	Populasi Penelitian	48
3.4.2	Alasan Pemilihan Populasi	49
3.4.3	Kriteria Inklusi	49
3.4.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.4.5	Relevansi Strategis Pengambilan Sampel.....	53
3.5	Jenis dan Sumber Data	53
3.5.1	Data Primer.....	54
3.5.2	Data Sekunder.....	55
3.5.3	Validitas dan Keandalan Data.....	56
3.6	Definisi Operasional	57
3.6.1	Definisi Operasional Variabel untuk Penelitian Kuantitatif	57
3.6.2	Definisi Operasional untuk Penelitian Kualitatif	64
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.8	Teknik Analisis Data	69
3.8.1	Analisis Kuantitatif.....	70
3.8.2	Analisis Kualitatif	72
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	74
3.9.1	Keabsahan Data Kuantitatif.....	74
3.9.2	Keabsahan Data Kualitatif	78
BAB IV ANALISIS DATA.....		83
4.1	Karakteristik Responden	83
4.2	Hasil Analisis Kuantitatif.....	85
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	85
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	94
4.3	Hasil Analisis Kualitatif.....	100

4.3.1	Persepsi Nasabah terhadap Layanan Digital (E-SERVQUAL) Kepuasan layanan dan Kualitas Produk BRIMO	100
4.3.2	Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Produk BRIMO	103
4.3.3	Loyalitas Nasabah terhadap Kualitas Produk BRIMO	106
4.4	Pembahasan Hasil Kuantitatif dengan Hasil Kualitatif Hasil Analisis triangulasi antara hasil kuantitatif dan kualitatif	109 112
BAB V PENUTUP		116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Implikasi Teoritis.....	117
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	120
5.5.	Agenda Penelitian Mendatang	121
DAFTAR PUSTAKA		123
LAMPIRAN		131
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		198

FEB UNDIP