

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	19
1.4 Sistematika Penulisan .....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	23
2.1 Landasan Teori .....	23
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	23
2.1.2 Harga .....	27
2.1.3 Biaya Peralihan ( <i>Switching cost</i> ) .....	29
2.1.4 Perilaku berpindah .....	31
2.1.5 Kegagalan Layanan Bank .....	33
2.1.6 Teori Ekonomi Kelembagaan: Reputasi.....	36
2.1.7 Teori Konsumsi Islami: Religiusitas .....	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	51
1.4 Hipotesis.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	60
3.1.1 Variabel Penelitian .....	60
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	61
3.2 Populasi dan Sampel .....	65
3.2.1 Populasi.....	65
3.2.2 Sampel.....	65
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	68

3.4	Metode Pengumpulan Data.....	69
3.5	Metode Analisis.....	71
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	71
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	73
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....		82
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	82
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	83
4.2	Analisis Deskriptif .....	90
4.2.1	Indeks Jawaban Responden Variabel Harga.....	91
4.2.2	Indeks Jawaban Responden Variabel Biaya Peralihan.....	92
4.2.3	Indeks Jawaban Responden Variabel Kegagalan Layanan .....	93
4.2.4	Indeks Jawaban Responden Variabel Kegagalan Layanan Mobile Banking.....	94
4.2.5	Indeks Jawaban Responden Variabel Kebocoran Data .....	95
4.2.6	Indeks Jawaban Responden Variabel Reputasi .....	97
4.2.7	Indeks Jawaban Responden Variabel Religiusitas .....	98
4.3	Analisis Kuantitatif .....	99
4.3.1	Uji Validitas.....	99
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	100
4.3.3	Uji Multikolinearitas .....	101
4.4	Analisis Regresi Logistik .....	102
4.4.1	Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit) .....	102
4.4.2	Uji Klasifikasi Probabilitas Logistik (Classification Table) .....	104
4.4.3	Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square).....	105
4.4.4	Uji Simultan Logistik ( <i>Omnibus Test</i> ) .....	106
4.4.5	Uji Parsial Logistik ( <i>Wald Test</i> ) .....	107
4.5	Interpretasi Hasil .....	109
4.5.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia.....	110
4.5.2	Pengaruh Biaya Peralihan (X2) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia .....	111
4.5.3	Pengaruh Kegagalan Layanan (X2) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia .....	112

4.5.4	Pengaruh Kegagalan Layanan Mobile Banking (X4) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia.....	114
4.5.5	Pengaruh Kebocoran Data (X5) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia .....	115
4.5.6	Pengaruh Reputasi (M1) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia.....	117
4.5.7	Pengaruh Religiusitas (M2) Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Bank Syariah Indonesia .....	119
4.6	CMB Test .....	121
4.7	Robustness Test.....	122
BAB V PENUTUP.....		124
5.1	Kesimpulan .....	124
5.2	Keterbatasan.....	126
5.2	Saran.....	127
5.2.1	Saran Bagi Penyedia Layanan.....	127
5.2.2	Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang .....	128
DAFTAR PUSTAKA .....		129
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		129

