

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 <i>Research Gap</i>	10
1.3 Perumusan Masalah	19
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Pemasaran	23
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	24
2.1.3 Perbankan	25
2.1.4 <i>Customer Trust</i>	26
2.1.5 <i>Customer Experience</i>	27
2.1.6 Komitmen.....	33
2.1.7 <i>Customer Loyalty</i>	35
2.1.8 <i>Customer Engagement</i>	37
2.2 Pengaruh antar Variabel.....	41
2.2.1 <i>Customer Experience</i> dan <i>Commitment</i>	41
2.2.2 <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i>	42

2.2.3	<i>Commitment dan Customer Loyalty</i>	43
2.2.4	<i>Commitment and Customer Engagement</i>	45
2.2.5	<i>Customer Engagement dan Customer Loyalty</i>	46
2.3	Kerangka Konseptual.....	47
 BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Pendahuluan.....	48
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.2.1	Data Primer	48
3.2.2	Data Sekunder	49
3.3	Populasi dan Sampel	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel.....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5	Teknik Analisis	51
3.5.1	Pengembangan Sebuah Model Berbasis Teori.....	52
3.5.2	Menyusun <i>Path Diagram</i> dan Persamaan Struktural	52
3.5.3	Pemilihan Matriks Input dan Estimasi Model.....	52
3.5.4	Menilai Problem Identifikasi.....	52
3.5.5	Evaluasi Asumsi SEM.....	53
3.5.6	Evaluasi Criteria <i>Goodness-Of-Fit</i>	54
3.5.7	<i>Measurement Model Fit</i>	55
3.5.8	Interprestasi dan Modifikasi Model	56
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	57
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	60
4.1.1	<i>Customer Experience</i>	69
4.1.2	<i>Trust</i>	69
4.1.3	<i>Commitment</i>	73
4.1.4	<i>Customer Engagement</i>	77

4.1.5	<i>Customer Loyalty</i>	83
4.2	Uji Normalitas Data	87
4.3	Uji Validitas	89
4.4	Uji Reliabilitas (Uji Reliabilitas Menggunakan Metode <i>Alpha- Cronbach</i>) ..	93
4.5	Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian.....	94
4.5.1	Analisis Pengaruh <i>Trust</i> (X1) terhadap <i>Commitment</i> (X3) dan <i>Customer Loyalty</i> (Y2)	95
4.5.2	Analisis Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X2) terhadap <i>Commitment</i> (X3)	104
4.5.3	Analisis Pengaruh <i>Commitment</i> (X3) Terhadap <i>Customer Engagement</i> (Y1)	113
4.5.4	Analisis Pengaruh <i>Customer Engagement</i> (Y1) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y2)	121
 BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN		130
5.1	Kesimpulan	130
5.2	Implikasi Penelitian	131
 DAFTAR PUSTAKA		135
LAMPIRAN-LAMPIRAN		