

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II TELAHAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	12
2.1.1 Kepercayaan Konsumen	12
2.1.2 Image Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen	14
2.1.3 Atribut Produk dan Image Perusahaan	19
2.1.4 Persepsi Kualitas Layanan dan Image Perusahaan	24
2.1.5 Komunikasi Perusahaan dan Image Perusahaan	27

2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.4 Variabel dan Definisi Operasional	32
2.5 Dimensi Variabel	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	38
3.1.1 Data Primer	38
3.1.2 Data Sekunder	39
3.1.3 Sumber Data	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.3 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Teknik Analisis	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden	57
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	57
4.1.2 Responden Menurut Umur.....	58
4.1.3 Responden Menurut Pendidikan	59
4.1.4 Pekerjaan Responden	60
4.1.5 Lama Menjadi Nasabah	61

4.2. Analisis Faktor Konfirmatori.....	62
4.3. Analisis Full Model Structural Equation Modelling.....	65
4.3.1 Pengujian Asumsi SEM.....	65
4.3.2. Uji Kelayakan Model.....	71
4.3.3. Pengujian Hipotesis.....	73
4.4. Pembahasan.	76
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1 Simpulan Hipotesis	82
5.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	83
5.3 Implikasi Teoritis	85
5.4 Implikasi Kebijakan	86
5.5 Keterbatasan Penelitian	87
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	88
DAFTAR REFERENSI	xiv