

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusaan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	13
1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	13
2. Loyalitas Nasabah	16
3. <i>Self Service Technology</i>	18
4. <i>Customer Relationship Management</i>	19
5. <i>Customer Intimacy</i>	21
6. <i>Customer Bonding</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berfikir	31
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	43
B. Setting Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel	43
D. Desain dan Definisi Oprasional Variabel	45
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	54

1. Sejarah berdirinya KSPPS Artha Bahana Syariah Pati	54
2. Visi dan Misi KSPPS Artha Bahana Syariah Pati	55
3. Struktur Organisasi KSPPS Artha Bahana Syariah Pati	55
4. Produk KSPPS Artha Bahana Syariah Pati	56
B. Uji Validitas dan Realibilitas Non Responden	59
C. Deskripsi Identitas Responden	61
D. Deskripsi Tanggapan Responden	63
E. Analisis Data	67
1. Uji Outer Model (Evaluasi Measurement)	67
2. Uji Inner Model (Evaluasi Model Struktural)	71
F. Pembahasan Hasil Analisis Penelitian	75
1. Pengaruh <i>self service technology</i> terhadap loyalitas anggota ABS mobile	75
2. Pengaruh <i>customer relationship management</i> terhadap loyalitas anggota ABS mobile	77
3. Pengaruh <i>customer intimacy</i> terhadap loyalitas anggota ABS mobile	78
4. Pengaruh <i>customer bonding</i> terhadap loyalitas anggota ABS mobile	79
5. Pengaruh <i>self service technology</i> terhadap <i>customer bonding</i>	80
6. Pengaruh <i>customer relationship management</i> terhadap <i>customer bonding</i>	81
7. Pengaruh <i>customer intimacy</i> terhadap <i>customer bonding</i>	82
8. Pengaruh <i>self service technology</i> terhadap loyalitas anggota dengan <i>customer bonding</i> sebagai variabel intervening	83
9. Pengaruh <i>customer relationship management</i> terhadap loyalitas anggota dengan <i>customer bonding</i> sebagai variabel intervening	85
10. Pengaruh <i>customer intimacy</i> terhadap loyalitas anggota dengan <i>customer bonding</i> sebagai variabel intervening	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	89
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 25

Tabel 3.1 Tabel Variabel Oprasional 47

Tabel 3.2 Tabel Perhitungan Skala Likert 50

Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas 60

Tabel 4.2 Tabel Uji Reabilitas 61

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden 61

Tabel 4.4 Usia Responden 62

Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden 62

Tabel 4.6 Pekerjaan Responden 63

Tabel 4.7 Lama Menjadi Anggota 63

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Self Service Technology* 64

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Customer Relationship Management* 65

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Customer Intimacy* 65

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Customer Bonding* 66

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Anggota 66

Tabel 4.13 Tabel Outer Loading 67

Tabel 4.14 Tabel Nilai Akar AVE 68

Tabel 4.15 Tabel Cross Loading 69

Tabel 4.16 Tabel Nilai Reliabilitas 70

Tabel 4.17 Tabel Nilai VIF 70

Tabel 4.18 Tabel R-Square 71

Tabel 4.19 Tabel F-Square 72

Tabel 4.20 Tabel Path Coefficients 74

Tabel 4.21 Tabel Specific Indirect Effects 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 32

Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Artha Bahana Syariah
Pati 56

Gambar 4.2 Layanan Keuangan ABS Mobile 58

Gambar 4.3 Layanan *Multipayment* ABS Mobile 59

Gambar 4.4 Layanan Keagenan 59

Gambar 4.5 Gambar Outer Model 67

Gambar 4.14 Gambar Inner Model 73



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik R Square 71

