

## Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Intisari .....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kontribusi Penelitian .....	14
1.5.1 Kontribusi Teoritis.....	14
1.5.2 Kontribusi Empiris .....	15
1.5.3 Kontribusi Praktis .....	16
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	18
1.7 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>22</b>
3.1 Teori Atribusi.....	22
3.2 Teori Diskonfirmasi Harapan .....	24
3.3 Teori Pertukaran Sosial.....	26
3.4 Merek .....	28
3.5 Kepribadian Merek Perbankan Syariah .....	30
3.6 Pengalaman Merek .....	33
3.7 Kepuasan Merek .....	34
3.8 Keterikatan Merek .....	36
3.9 Kajian Penelitian Terdahulu .....	38
3.10 Pengembangan Hipotesis.....	46

2.10.1 Pengaruh Kepribadian Merek Perbankan Syariah pada Keterikatan Merek.....	46
2.10.2 Pengaruh Pengalaman Merek pada Keterikatan Merek.....	48
2.10.3 Pengaruh Kepribadian Merek Perbankan Syariah pada Kepuasan Merek.....	49
2.10.4 Pengaruh Pengalaman Merek pada Kepuasan Merek .....	50
2.10.5 Pengaruh Kepuasan Merek pada Keterikatan Merek .....	51
2.10.6 Pengaruh Mediasi Kepuasan Merek pada Kepribadian Merek Perbankan Syariah dan Keterikatan Merek .....	52
2.10.7 Pengaruh Mediasi Kepuasan Merek pada Pengalaman Merek dan Keterikatan Merek .....	54
2.11 Model Penelitian .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Desain Penelitian .....	57
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	58
3.2.1 Kepribadian Merek Perbankan Syariah .....	59
3.2.2 Pengalaman Merek .....	63
3.2.3 Kepuasan Merek .....	65
3.2.4 Keterikatan Merek .....	66
3.3 Populasi dan Sampel .....	68
3.4 Instrumen Penelitian .....	70
3.4.1 Uji Validitas.....	70
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	73
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	74
3.6 Teknik Analisis Data .....	76
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran .....	77
3.6.2 Uji Kesesuaian Model.....	79
3.6.3 Uji Hipotesis dengan Model Struktural .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>87</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	87
4.2 Uji Instrumen .....	88
4.2.1 Uji Validitas.....	90
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	98
4.3 Karakteristik Responden.....	100
4.4 Statistik Deskriptif .....	105
4.5 Uji Kesesuaian Model.....	113
4.6 Uji Hipotesis dengan Model Struktural .....	113
4.6.1 Uji Kelayakan Model.....	114
4.6.2 Uji Hipotesis .....	117
4.7 Pembahasan .....	125
4.7.1 Kepribadian Merek Perbankan Syariah pada Keterikatan Merek .....	126
4.7.2 Pengalaman Merek pada Keterikatan Merek.....	128
4.7.3 Kepribadian Merek Perbankan Syariah pada Kepuasan Merek .....	130
4.7.4 Pengalaman Merek pada Kepuasan Merek.....	132

4.7.5 Kepuasan Merek pada Keterikatan Merek .....	134
4.7.6 Kepribadian Merek Perbankan Syariah pada Keterikatan Merek Melalui Kepuasan Merek sebagai Pemediasi .....	135
4.7.7 Pengalaman Merek pada Keterikatan Merek Melalui Kepuasan Merek sebagai Pemediasi .....	138
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>141</b>
5.1 Simpulan .....	141
5.2 Implikasi .....	143
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	143
5.2.2 Implikasi Empiris.....	146
5.2.3 Implikasi Praktis .....	147
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Mendatang.....	149
Daftar Pustaka .....	151
Lampiran .....	164

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	40
Tabel 3.1 Item Kepribadian Merek Perbankan Syariah .....	61
Tabel 3.2 Item Pengalaman Merek .....	64
Tabel 3.3 Item Kepuasan Merek .....	66
Tabel 3.4 Item Keterikatan Merek .....	67
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas Komposit .....	75
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	77
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	88
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Tingkat Pertama .....	92
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Tingkat Kedua .....	94
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Tingkat Pertama .....	97
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Tingkat Kedua.....	98
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Pertama .....	99
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kedua .....	99
Tabel 4.8 Karakteristik Responden .....	100
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Perbankan Syariah yang Digunakan, Lama Menjadi Nasabah, dan Frekuensi Transaksi per Bulan .....	103
Tabel 4.10 Batasan Kategori Variabel .....	106
Tabel 4.11 Karakteristik Data Variabel .....	106
Tabel 4.12 Kesesuaian Model .....	113
Tabel 4.13 Hasil VIF.....	114

Tabel 4.14 Hasil R-square.....	115
Tabel 4.15 Hasil <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ) .....	116
Tabel 4.16 Nilai Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ).....	117
Tabel 4.17 Pengujian Pengaruh Langsung ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	118
Tabel 4.18 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	122

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	56
Gambar 3.1 Prosedur Evaluasi Model Struktural .....	83
Gambar 3.2 Model Mediasi Umum .....	85
Gambar 3.3 Prosedur Analisis Mediasi.....	86
Gambar 4.1 Hasil Penghitungan PLS Algorithm.....	90
Gambar 4.2 PLS <i>Bootstrapping</i> .....	119
Gambar 4.3 Model Mediasi Kepuasan Merek (Kepribadian Merek Perbankan Syariah-Keterikatan Merek).....	123
Gambar 4.4 Model Mediasi Kepuasan Merek (Pengalaman Merek- Keterikatan Merek) .....	124

## Daftar Lampiran

Kuesioner Penelitian .....	164
Hasil Kuesioner .....	173
Profil Responden .....	198
Karakteristik Data .....	202
Evaluasi Model Pengukuran dan Model Struktural .....	216