

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS.....	16
2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) Persepsian.....	16
2.1.1 Dimensi TJSP Persepsian	16
2.1.2 Strategi TJSP.....	18
2.1.3 Jenis Aktivitas Program TJSP.....	19
2.1.4 Manfaat TJSP.....	24
2.2 Loyalitas Nasabah.....	26

2.2.1	Pengertian Loyalitas Nasabah.....	26
2.2.2	Indikator Loyalitas Nasabah	27
2.3	Reputasi Perusahaan	28
2.3.1	Pengertian Reputasi Perusahaan	28
2.3.2	Tujuan Reputasi Perusahaan	29
2.4	Pengembangan Hipotesis	30
2.4.1	Pengaruh TJSP Persepsian terhadap Loyalitas Nasabah.....	30
2.4.2	Pengaruh TJSP Persepsian terhadap Reputasi Perusahaan	32
2.4.3	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah.....	33
2.4.4	Peran Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi Pengaruh TJSP Persepsian terhadap Loyalitas Nasabah.....	35
2.5	Model Penelitian	36
BAB III	METODA PENELITIAN.....	38
3.1	Desain Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.3	Metoda Pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.1	TJSP Persepsian (TJSPP).....	41
3.4.2	Loyalitas Nasabah (LN)	42
3.4.3	Reputasi Perusahaan (RP).....	42
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	43
3.5.1	Uji Validitas	43
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	45
3.6	Teknik Analisis Data	46
3.7	Gambaran Umum Subjek Penelitian	51

3.7.1 Riwayat Perusahaan	51
3.7.2 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Organisasi	54
3.7.3 Kebijakan Terkait dengan TJSP Persepsian, Reputasi, dan Loyalitas	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Pengumpulan Data	56
4.2 Profil Responden	56
4.3 Hasil Analisis Model Pengukuran	57
4.3.1 Uji Validitas	57
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.3.2 Statistika Deskriptif	62
4.4 Hasil Analisis Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	63
4.5 Pembahasan	67
4.5.1 Tanggung jawab sosial perusahaan persepsian berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.....	68
4.5.2 Tanggung jawab sosial perusahaan persepsian berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.....	70
4.5.3 Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.....	72
4.5.4 Reputasi perusahaan memediasi pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan persepsian terhadap loyalitas nasabah	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Implikasi Praktis	77
5.3 Keterbatasan penelitian.....	77
5.4 Saran	77
5.4.1 Bagi Manajemen Bank X	78
5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	79

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Kinerja Operasional Dana Pihak Ketiga	7
Tabel 1.3 Tren Peningkatan Jumlah Jaringan Kantor Bank X Tahun 2016-2017.....	8
Tabel 3.1 Profil Nasabah berdasarkan Demografi Tahun 2013-2017.....	53
Tabel 3.2 Nilai-Nilai Perusahaan Bank X.....	54
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden.....	57
Tabel 4.2 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	58
Tabel 4.3 Nilai <i>Outer Loadings</i>	59
Tabel 4.4 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	60
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Model Struktural.....	62
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan Komposisi DPK Juni 2018.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 Model Penelitian dengan Variabel Mediasi	48
Gambar 4.1 Gambaran Hasil pada Model Penelitian.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner Penelitian	86
Lampiran II Hasil Pengolahan Data Pengujian Model Pengukuran Dan Model Struktural	99