

DAFTAR ISI

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	14
1.6 Lingkup Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 <i>Digital banking</i>	17
2.2 <i>Perceived Value</i>	18
2.3 Kualitas Fungsional	20
2.4 Kualitas Layanan	21
2.5 <i>Perceived Risk</i>	22
2.6 Persepsi Kegunaan.....	23
2.7 Inovasi.....	24
2.8 Kenyamanan.....	26
2.9 Kepercayaan Merek	28
2.10 Pengalaman Pelanggan	30
2.11 Kepuasan Pelanggan	32
2.12 Loyalitas Pelanggan.....	33
2.13 Kajian Penelitian Terdahulu.....	34

2.14 Pengembangan Hipotesis	38
2.14.1 <i>Perceived Value</i> dan Pengalaman Pelanggan	38
2.14.2 Kualitas Fungsional dan Pengalaman Pelanggan	38
2.14.3 Kualitas Layanan dan Pengalaman Pelanggan	39
2.14.4 <i>Perceived Risk</i> dan Pengalaman Pelanggan	39
2.14.5 Persepsi Kegunaan dan Pengalaman Pelanggan	40
2.14.6 Inovasi Fitur dan Pengalaman Pelanggan	40
2.14.7 Kenyamanan dan Pengalaman Pelanggan	40
2.14.8 Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan	41
2.14.9 Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	41
2.14.10 Pengalaman Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	42
2.14.11 Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	42
2.15 Model Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain Penelitian	44
3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Unit Sampel	45
3.3 Instrumen Penelitian	47
3.3.1 Variabel Penelitian	47
3.2.1 Definisi Operasional dan <i>Item</i> Pengukuran.....	48
3.4 Metode Analisis Data	52
3.4.1 Uji Validitas.....	53
3.4.2 Uji Reliabilitas	54
3.4.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2 Profil Responden	60
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	62
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	63
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Fungsional	65

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	68
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	71
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	74
4.3.6 Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Fitur	76
4.3.7 Analisis Deskriptif Variabel Kenyamanan.....	79
4.3.8 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	82
4.3.9 Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan	84
4.3.10 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	87
4.3.11 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	89
4.4 Uji Multikolinearitas.....	92
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	94
4.6 Analisis dan Pembahasan.....	96
4.6.1 Hipotesis 1: <i>Perceived value</i> memakai <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan.....	96
4.6.2 Hipotesis 2: Kualitas fungsional memakai <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan	97
4.6.3 Hipotesis 3: Kualitas layanan memakai <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan.....	98
4.6.4 Hipotesis 4: <i>Perceived risk</i> memakai <i>digital banking</i> berpengaruh negatif terhadap pengalaman pelanggan.....	99
4.6.5 Hipotesis 5: Persepsi kegunaan memakai <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan	100
4.6.6 Hipotesis 6: Inovasi fitur <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan	101
4.6.7 Hipotesis 7: Kenyamanan memakai <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan.....	102
4.6.8 Hipotesis 8: Kepercayaan merek <i>digital banking</i> berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan.....	103
4.6.9 Hipotesis 9: Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.....	105
4.6.10 Hipotesis 10: Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan	106
4.6.11 Hipotesis 11: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan	107

BAB V SIMPULAN	110
5.1 Simpulan	110
5.2 Implikasi	112
4.2.1 Implikasi Teoritis	112
4.2.1 Implikasi Manajerial.....	112
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	116
5.4 Saran Penelitian	117
5.4.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	117
5.4.1 Saran Untuk Bank Maybank Indonesia	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna, Volume Transaksi, Pendapatan <i>Fee Based</i> , Porsi Pendapatan dan Pendapatan <i>Digital banking (Mobile Banking, Internet Banking & SMS Banking)</i> Bank Maybank Indonesia Tahun 2015-2019	7
Tabel 1.2 Rating Layanan <i>Digital banking (Mobile Banking & SMS+ Banking)</i> Maybank Indonesia	9
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan <i>Item</i> Pengukuran	48
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian PLS-SEM	56
Tabel 4.1 Data Distribusi Kuesioner	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Tabel 4.3 Profil Responden	61
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	63
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Fungsional	66
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	68
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	71
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan	74
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Inovasi Fitur	77
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Kenyamanan	80
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	82
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan	85
Tabel 4.13 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	87
Tabel 4.14 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	94
Tabel 4.17 Hasil <i>R-Square</i>	95
Tabel 4.18 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proyeksi Pertumbuhan Internet di Indonesia Tahun 2017-2023	1
Gambar 1.2	Presentase Perkembangan Transaksi Perbankan Indonesia Tahun 2010-2018.....	3
Gambar 1.3	Strategi Digital Perbankan	5
Gambar 1.4	Tujuan Utama Strategi Digital Perbankan	5
Gambar 1.5	Fokus Strategi Digital Dalam Siklus Hidup Pelanggan.....	6
Gambar 1.6	<i>Market Share</i> Pengguna <i>Digital banking (Mobile Banking & Internet Banking)</i> Tahun 2015 - 2019.....	7
Gambar 2.1	<i>Customer Percieved Value</i>	19
Gambar 2.2	Matriks Inovasi	25
Gambar 2.3	Model Kenyamanan Layanan	27
Gambar 2.4	<i>Strategy Experiential Modules Provided by Schmitt</i>	31
Gambar 2.5	Model Penelitian	43
Gambar 4.1	Hasil Penelitian.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Review <i>Digital banking</i> Bank Maybank Indonesia	98
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	115
Lampiran 4 Statistik Deskriptif	119
Lampiran 5 Uji Normalitas	121
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	123
Lampiran 7 Analisis SEM	126