

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Pertanyaan Riset.....	14
1.4 Tujuan Riset	15
1.5 Lingkup Riset.....	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Omnichannel di Sektor Perbankan	17
2.2 Loyalitas Kesikapan (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	20
2.3 Interaksi Terintegrasi (<i>Integrated Interaction</i>).....	22
2.4 Kelancaran Dipersepsikan (<i>Perceived Fluency</i>).....	24
2.5 Afeksi Positif (<i>Positive Affect</i>)	25
2.6 Hubungan Interaksi Terintegrasi dengan Loyalitas Kesikapan	26
2.7 Hubungan Kelancaran Dipersepsikan dengan Loyalitas Kesikapan	28
2.8 Hubungan Interaksi Terintegrasi dengan Afeksi Positif.....	30
2.9 Hubungan Kelancaran Dipersepsikan dengan Afeksi Positif.....	32
2.10 Hubungan Afeksi Positif dengan Loyalitas Kesikapan	34
2.11 Model Riset	36

BAB III METODE RISET	38
3.1 Strategi Riset	38
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran	39
3.2.1 Interaksi Terintegrasi (<i>Integrated Interaction</i>)	39
3.2.2 Kelancaran Dipersepsikan (<i>Perceived Fluency</i>)	41
3.2.3 Afeksi Positif (<i>Positive Affect</i>)	43
3.2.4 Loyalitas Kesikapan (<i>Attitudinal Loyalty</i>)	43
3.2.5 Skala Pengukuran	44
3.3 Desain Pengambilan Sampel	45
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	45
3.3.2 Populasi	45
3.3.3 Unit Sampel	45
3.3.4 Ukuran Sampel	46
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner	46
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner	46
3.5 Profil Responden	47
3.6 Obyek Riset	49
3.7 Metode Pengumpulan Data	51
3.8 Instrumen Riset	52
3.9 Pengujian Instrumen	53
3.9.1 Uji Validitas	53
3.9.2 Uji Reliabilitas	56
3.10 Metode Pengujian Hipotesis	57
3.10.1 Model Persamaan Regresi Linier Sederhana	57
3.10.1 Model Persamaan Regresi Linier Berganda	57
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.10.3 Uji Ketepatan Model (<i>Godness of Fit</i>)	59
3.10.4 Tingkat Signifikansi	61
3.10.5 Pengujian Hipotesis	61
BAB IV ANALISIS DATA	62
4.1 Kualitas Data Riset	62
4.1.1 Uji Asumsi Klasik	62
4.1.2 Uji Normalitas	63

4.1.3 Uji Multikolinearitas	64
4.1.4 Statistik Deskriptif.....	65
4.1.5 Matrik Korelasi Antar Variabel.....	66
4.2 Uji Ketepatan Model	67
4.2.1 Model Regresi Berganda 1	67
4.2.2 Model Regresi Berganda 2	69
4.2.3 Model Regresi Berganda 3	72
4.3 Pengujian Hipotesis.....	74
4.3.1 Temuan Hipotesis Pertama.....	75
4.3.2 Temuan Hipotesis Kedua	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Temuan Hipotesis Ketiga	81
4.3.4 Temuan Hipotesis Keempat	84
4.3.5 Temuan Hipotesis Kelima	87
4.4 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	90
BAB V KESIMPULAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Implikasi Manajerial	96
5.3 Keterbatasan Riset.....	99
5.4 Arahan Riset Mendatang	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109
Lampiran 1: Kuesioner.....	109
Lampiran 2: Hasil Analisis Data	115

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Responden	47
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas KMO dan Barlett	54
Tabel 3.3 Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	55
Tabel 3.4 Ringkasan Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	56
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Variabel Dependen Loyalitas Kesikapan	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Variabel Dependen Afeksi Positif.....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Variabel Dependen Loyalitas Kesikapan	65
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif	65
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Korelasi <i>Pearson</i>	66
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Perhitungan Model Regresi Berganda 1 Interaksi Terintegrasi dan Kelancaran Dipersepsikan pada Loyalitas Kesikapan	67
Tabel 4.8 Koefisien Model Regresi Berganda 1 Interaksi Terintegrasi dan Kelancaran Dipersepsikan pada Loyalitas Kesikapan.....	68
Tabel 4.9 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Loyalitas Kesikapan	69
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Perhitungan Model Regresi Berganda 2 Interaksi Terintegrasi dan Kelancaran Dipersepsikan pada Afeksi Positif	70
Tabel 4.11 Koefisien Model Regresi Berganda 2 Interaksi Terintegrasi dan Kelancaran Dipersepsikan pada Afeksi Positif	70
Tabel 4.12 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Afeksi Positif	71
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Perhitungan Model Regresi Berganda 3 Afeksi Positif pada Loyalitas Kesikapan	72
Tabel 4.14 Koefisien Model Regresi Berganda 3 Afeksi Positif pada Loyalitas Kesikapan	72
Tabel 4.15 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Loyalitas Kesikapan.....	73
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet dan Koneksi Telepon Selular di Indonesia	2
Gambar 1.2 Kecenderungan Penggunaan Perbankan Digital di Asia	4
Gambar 1.3 <i>Market Share</i> Perbankan Syariah Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Komponen Utama Layanan Omnichannel Perbankan.....	18
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Model Hasil Riset	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	2
Lampiran 2: Hasil Analisis Data	2