

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TESIS	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pokok Masalah	6
C. Tujuan, Ruang Lingkup dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
D. Kerangka Penulisan	7
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	
A. Tinjauan Pustaka	9
1. <i>Expected Utility Theory</i>	9
2. <i>Service Marketing Theory</i>	9
3. <i>Customer Experience</i>	10
a. <i>Functional Quality</i>	10

b.	<i>Service Quality</i>	11
c.	<i>Perceived Risk</i>	11
d.	<i>Perceived Value</i>	12
e.	<i>Perceived Usability</i>	12
4.	<i>Customer Satisfaction</i>	13
5.	<i>Financial Performance</i>	14
B.	Penelitian Terdahulu	14
C.	Kaitan Antar Variabel	19
1.	<i>Customer Experience</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.	<i>Customer Experience</i> dengan <i>Financial Performance</i>	19
3.	<i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Financial Performance</i>	20
4.	<i>Customer Experience</i> dengan <i>Financial Performance</i>	
	dimediasi <i>Customer Satisfaction</i>	20
D.	Kerangka Pemikiran	21
E.	Hipotesis Penelitian	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian	23
B.	Sumber dan Pengumpulan Data	23
C.	Operasional Variabel	24
1.	Variabel Dependen	24
a.	<i>Financial Performance</i>	25
2.	Variabel Independen	25
a.	<i>Customer Experience</i>	25
1)	<i>Functional Quality</i>	25
2)	<i>Service Quality</i>	26

3)	<i>Perceived Risk</i>	27
4)	<i>Perceived Value</i>	27
5)	<i>Perceived Usability</i>	27
3.	Variabel Mediasi	28
a.	<i>Customer Satisfaction</i>	28
D.	Sampel dan Ukuran Sampel Penelitian.....	32
E.	Metode Analisis	32
1.	<i>Outer Model</i>	33
a.	Uji Validitas Konvergen	
	(<i>Convergent Validity</i>).....	33
b.	Uji Validitas Diskriminan	
	(<i>Discriminant Validity</i>)	33
c.	Uji Reliabilitas	33
2.	<i>Inner Model</i>	34
a.	Koefisien Determinasi (R^2)	34
b.	Uji <i>Predictive Relevance</i> atau	
	<i>Cross-Validated Redundancy</i> (Q^2).....	
	(<i>Discriminant Validity</i>)	34
c.	<i>Path Coefficient</i>	34
d.	<i>Effect Size</i> (f^2)	35
e.	<i>Goodness of Fit Test</i> (<i>GoF</i>).....	35
f.	Pengujian Hipotesis	35

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A.	Profil Responden	36
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	39

1.	<i>Customer Experience</i>	39
2.	<i>Customer Satisfaction</i>	41
3.	<i>Financial Performance</i>	42
C.	Hasil Analisis Data.....	43
1.	<i>Analisis Outer Model</i>	43
a.	Uji Validitas Konvergen	
	(<i>Convergent Validity</i>).....	43
b.	Uji Validitas Diskriminan	
	(<i>Discriminant Validity</i>)	44
c.	Uji Reliabilitas	46
2.	<i>Analisis Inner Model</i>	47
a.	Koefisien Determinasi (R^2)	48
b.	Uji <i>Predictive Relevance</i> atau <i>Cross-Validated</i>	
	<i>Redudancy</i> (Q^2).....	48
c.	<i>Path Coefficient</i>	49
d.	<i>Effect Size</i> (f^2)	51
e.	<i>Goodness of Fit Test</i> (<i>GoF</i>).....	51
f.	Pengujian Hipotesis	52
g.	Pembahasan	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan.....	60
B.	Implikasi Manajerial	60
C.	Saran untuk Penelitian Berikutnya	61

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Persentase volume transaksi digital bank BCA	3
Gambar 1.2	Gambar Persentase pengguna <i>mobile banking</i> terhadap total	
	nasabah	4
Gambar 1.3	Gambar Persentase <i>unbankable</i> di beberapa negara	5
Gambar 4.1	Gambar Metode <i>Blindfolding</i>	49
Gambar 4.2	Gambar Metode <i>PLS Algorithm</i>	50
Gambar 4.3	Gambar Metode <i>Boothstripping</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan	17
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2	Skala Likert.....	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	37
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan <i>Digital</i> <i>Banking</i> yang digunakan	38
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Digital Banking</i>	38
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Digital Banking.....	39
Tabel 4.8	Jawaban Responden Terhadap <i>Customer Experience</i>	40
Tabel 4.9	Jawaban Responden Terhadap Indikator Customer Satisfaction	41
Tabel 4.10	Jawaban Responden Terhadap Indikator Financial Performance	42
Tabel 4.11	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	43
Tabel 4.12	Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	44
Tabel 4.13	Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i>	45
Tabel 4.14	Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	46
Tabel 4.15	Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	47

Tabel 4.16	Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	47
Tabel 4.17	Hasil Analisis <i>R-Square (R^2)</i>	48
Tabel 4.18	Hasil Analisis Predictive Relevance atau Cross-Validated	
	Redundancy (Q^2)	49
Tabel 4.19	Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i>	50
Tabel 4.20	Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i> Indirect Effect.....	50
Tabel 4.21	Hasil Analisis <i>Effect Size (f^2)</i>	51
Tabel 4.22	Hasil Analisis Uji <i>Goodness of Fit Index (GoF)</i>	51
Tabel 4.23	Hasil Analisis Uji Hipotesis (Uji t)	53
Tabel 4.24	Hasil Analisis Uji Hipotesis (Uji t) Indirect Effect.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data Output Hasil Uji PLS