

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1 Maksud Penelitian	4
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	
2.1 Persepsi Kepercayaan Nasabah terhadap Bank	8
2.1.1 Persepsi Reputasi	10
2.1.2 Persepsi Ukuran.....	11
2.1.3 Reputasi dan Ukuran Bank Sebagai Pembentuk Persepsi	
Kepercayaan	12
2.1.4 Persepsi Resiko Nasabah Terhadap Bank.....	13
2.1.5 Persepsi Kualitas Layanan Nyata Terhadap Nasabah Bank..	14
2.1.6 Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Persepsi	
Kualitas Layanan Nyata Nasabah terhadap Bank	16
2.2 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis Penelitian	19

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	
3.1.1 Populasi, Sampel dan Waktu Penelitian	
3.1.1.1 Populasi	20
3.1.1.2 Sampel	20
3.1.1.3 Waktu Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Jenis Penelitian	21
3.2.2 Variabel Penelitian	21
3.2.3 Instrumen Penelitian	22
3.2.4 Metode Analisis Data	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Perusahaan	30
4.2 Profil dan Karakteristik Responden	
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	32
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	34
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BNI 46	35
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan	35
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jasa yang Digunakan	36
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Menjadi Nasabah BNI 46	37
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Bertahan Menjadi Nasabah BNI 46	37
4.3 Analisis Deskriptif Item dalam Kuesioner	
4.3.1 Persepsi Kepercayaan	
4.3.1.1 Indikator yang Paling Berpengaruh dalam Membentuk Persepsi Reputasi Nasabah	38
4.3.1.2 Indikator yang Paling Berpengaruh dalam Membentuk Persepsi Ukuran Nasabah	41
4.3.2 Indikator yang Paling Berpengaruh dalam Membentuk Persepsi Resiko Nasabah	44

4.3.3 Indikator yang Paling Berpengaruh dalam Membentuk Persepsi Kualitas Layanan Nyata Nasabah	49
4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kualitas Layanan Nyata	
4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Reputasi.....	54
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Ukuran.....	57
4.4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Kepercayaan	59
4.4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Persepsi Resiko	61
4.4.5 Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Kualitas Layanan Nyata	64
4.5 Uji Persyaratan Data	
4.5.1 Uji Autokorelasi	66
4.5.2 Uji Multikolinieritas	67
4.5.3 Uji Heterokedstisitas	68
4.6 Analisis Regresi Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keinginan untuk Melanjutkan Hubungan dengan BNI 46	
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi	70
4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (<i>F test</i>).....	71
4.6.3 Uji Signifikan Parameter Individual (<i>t-test</i>)	74
BAB V Kesimpulan dan Saran	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79
Daftar Pustaka	81
Riwayat Hidup	84