

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
PERTANGGUNG JAWABAN TESIS.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
MAJELIS PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH	xvi
BAB I.....	17
PENDAHULUAN.....	17
1.1. Latar Belakang	17
1.2. Rumusan Masalah	23
1.2.1. Pernyataan Masalah	23
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	24
1.3. Tujuan Penelitian	24
1.4. Kontribusi Penelitian	25
1.4.1. Kontribusi Teoritis	25
1.4.2. Kontribusi Praktis	25
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian.....	26
1.5.1. Profil <i>Credit Union</i> Pancur Kasih (CUPK).	26
1.5.2. Struktur Organisasi CUPK.....	28
1.5.3. Jenis Layanan CUPK	30
1.5.4. Upaya-upaya yang dilakukan CUPK untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggotanya.	32
BAB II	35
TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1. Landasan Teori.....	35
2.1.1. <i>Credit Union</i> (CU)	35
2.1.2. Persepsi Manfaat (<i>Usefulness Perception</i>)	39
2.1.3. Persepsi Kemudahan (<i>Perception of Convenience</i>).....	40
2.1.4. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	41
2.1.5. Kepercayaan (<i>trust</i>).....	42
2.2. Kajian Empiris.....	43
2.3. Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian.....	50
2.3.1. Hubungan antara Persepsi Manfaat dengan Kepuasan anggota terhadap CUPK <i>Mobile</i>	51

2.3.2.	Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Kepuasan anggota CUPK.....	51
2.3.3.	Hubungan antara Kepuasan dengan Kepercayaan anggota CUPK terhadap CUPK <i>Mobile</i>	52
2.3.4.	Hubungan antara Persepsi manfaat dengan Kepercayaan anggota CUPK.....	53
2.3.5.	Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Kepercayaan anggota CUPK dalam menggunakan aplikasi CUPK <i>Mobile</i>	54
2.3.6.	Hubungan antara Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan anggota CUPK melalui Kepuasan	54
2.3.7.	Hubungan antara Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan anggota CUPK melalui Kepuasan.	55
BAB III	57
METODE PENELITIAN	57
3.1. Bentuk Penelitian	57
3.1.1.	Penelitian Survei	57
3.1.2.	Penelitian Kuantitatif	57
3.1.3.	Penelitian Asosiatif Kausal	57
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	58
3.2.1.	Tempat Penelitian	58
3.2.2.	Waktu Penelitian	58
3.3. Data	58
3.3.1.	Jenis Data	59
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.3.3.	Skala Pengukuran Data	61
3.4. Populasi dan Sampel	61
3.4.1.	Populasi.....	61
3.4.2.	Sampel.....	61
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	62
3.5.1.	Variabel Independen (<i>Variable Independent</i>).....	63
3.5.2.	Variabel Mediasi	63
3.5.3.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	63
3.5.4.	Operasional Variabel.....	64
3.6. Teknik Analisis Data	70
3.6.1.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	70
3.6.2.	Menghitung Koefisien Jalur.....	71
3.6.3.	Uji Keباikan Model (Uji F).....	71
3.6.4.	Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>)	72
3.6.5.	Pengujian Hipotesis Penelitian	73
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
2.4.	Hasil Penelitian	74
2.4.1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	74
2.4.2.	Responden berdasarkan jenis kelamin	74

4.1.3. Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	75
4.1.5. Responden Berdasarkan Agama	76
4.1.6. Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.1.7. Responden Berdasarkan Penghasilan.....	77
4.1.8. Responden Berdasarkan Status Perkawinan	77
4.1.9. Perilaku Anggota CU	78
4.1.10. Analisis Deskriptif	80
4.1.11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat.....	81
4.1.12. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan.....	82
4.1.13. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	83
4.1.14. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	84
4.1.15. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	85
4.1.16. Uji Kebaikan Model (Uji F).....	88
4.1.17. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	89
4.2. Pembahasan	95
4.2.3. Persepsi Manfaat Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan.....	95
4.2.4. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan....	95
4.2.5. Persepsi Manfaat Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepercayaan.....	96
4.2.6. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepercayaan96	
4.2.7. Kepuasan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepercayaan.....	97
4.2.8. Persepsi Manfaat Berpengaruh Tidak Langsung terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan.....	97
4.2.9. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Tidak Langsung terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan.....	98
BAB V.....	100
PENUTUP.....	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN I.....	106