

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	9
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	9
2. <i>E-Marketing</i>	14
3. <i>E-Customer Relationship Management</i>	18
4. Loyalitas Nasabah.....	22
5. <i>Mobile Banking</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berfikir	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	37
B. Populasi dan Sampel	37
C. Identifikasi Variabel.....	39
D. Definisi Operasional Variabel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif	47

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)	47
2. Gambaran Umum Responden	53
3. Deskripsi Data Penelitian	58
B. Hasil Uji Instrumen.....	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas.....	67
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
1. Uji Normalitas	69
2. Uji Multikolinearitas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	69
D. Hasil Uji Hipotesis.....	70
1. Analisis Regresi Linear Berganda	70
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	71
4. Uji Statistik Parsial (Uji t)	72
E. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh <i>E-Marketing</i> terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada BSI Kudus...	72
2. Pengaruh <i>E-Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan <i>Mobile</i> <i>Banking</i> pada BSI Kudus	77
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional	40
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 3.3	Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Alamat	54
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan Perbulan	56
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Penggunaan BSI <i>Mobile</i>	57
Tabel 4.7	Deskripsi Frekuensi Berdasarkan Penggunaan <i>Mobile</i> <i>Banking</i> Lain	57
Tabel 4.8	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Marketing</i> (X_1)	58
Tabel 4.9	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Customer</i> <i>Relationship Management</i> (X_2)	61
Tabel 4.10	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen	67
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan Fintech di Indonesia Tahun 2017 -2021.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	34
Gambar 4.1 Logo Aplikasi BSI <i>Mobile</i>	51
Gambar 4.2 Tampilan Menu Aplikasi BSI <i>Mobile</i>	52

