

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>GAMBARAN UMUM PENULISAN .....</b>	<b>15</b>
2.1 Kondisi Umum Penulisan.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka .....	17
2.2.1 Teori Pemasaran .....	17
2.2.2 Pengertian Bank.....	18
2.2.3 Kepuasan Nasabah.....	19
2.2.4 Fasilitas <i>Mobile banking</i> .....	24
2.3 Metode <i>E - Service Quality (E-servqual)</i> .....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Desain Penelitian .....	37
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	38

3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4. Sampel .....	41
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.6. Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1 Analisis statistik deskriptif.....	43
3.6.2 Uji data Kelayakan.....	43
3.6.3 Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	46
<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Uji Validitas Presepsi dan Harapan.....	48
4.2 Uji Reabilitas Presepsi dan Harapan .....	49
4.3 Analisis E-Service Quality .....	49
4.3.1 Dimensi Kualitas Informasi .....	50
4.3.2 Dimensi Keamanan .....	50
4.3.3 Dimensi Keandalan .....	51
4.3.4 Dimensi Desain .....	52
4.3.5 Dimensi Kemudahan Penggunaan .....	53
4.3.6 Dimensi Kepercayaan .....	54
4.3.7 Dimensi Kepuasan .....	55
4.3.8 Dimensi Loyalitas .....	55
4.3.9 Dimensi E-WOM .....	56
4.4 Temuan Penelitian .....	57
4.4.1 Rekapitulasi analisis <i>e-servqual</i> sembilan dimensi .....	57
4.4.2 Nilai <i>e-servqual</i> dengan signifikan gap tertinggi dan terendah .....	58
<b>BAB V .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran .....	61
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

1. Jumlah pengguna Mobile Banking.....	4
2. Pengguna Mobile Banking Bank Mandiri 2020-2022.....	6
3. State Of The Art.....	15
4. Skala Likert.....	39
5. Variabel operasional penelitian terdahulu.....	42
6. Interval Servqual Model.....	45
7. Hasil Uji Presepsi dan Harapan.....	47
8. Hasil Uji Reabilitas Presespsi, Harapan, dan Gabungan.....	48
9. Hasil Uji Servqual Dimensi Kualitas Informasi.....	49
10. Hasil Uji Servqual Dimensi Keamanan.....	50
11. Hasil Uji Servqual Dimensi Keandalan.....	51
12. Hasil Uji Servqual Dimensi Desain.....	51
13. Hasil Uji Servqual Dimensi Kemudahan Penggunaan.....	52
14. Hasil Uji Servqual Dimensi Kepercayaan.....	53
15. Hasil Uji Servqual Dimensi Kepuasan.....	54
16. Hasil Uji Servqual Dimensi Loyalitas.....	55
17. Hasil Uji Servqual Dimensi E-WOM.....	56
18. Hasil Rekapitulasi Analisis E-Servqual.....	56

## DAFTAR GAMBAR

1. Servqual Gap Model.....	34
2. Desain Penelitian E-Servqual.....	36
3. Tampilan terbaru Livin By Mandiri.....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Dimensi dan Pernyataan.....	66
2. Uji Validitas Persepsi.....	67
3. Uji Validitas Harapan.....	68
4. Uji Reabilitas.....	69
5. Nilai Presepsi Dimensi Kualitas Informasi.....	70
6. Nilai Presepsi Dimensi Keamanan.....	71
7. Nilai Presepsi Dimensi Keandalan.....	72
8. Nilai Presepsi Dimensi Desain.....	73
9. Nilai Presepsi Dimensi Kemudahan Penggunaan.....	74
10. Nilai Presepsi Dimensi Kepercayaan.....	75
11. Nilai Presepsi Dimensi Kepuasan.....	76
12. Nilai Presepsi Dimensi Loyalitas.....	77
13. Nilai Presepsi Dimensi E-WOM.....	78
14. Nilai Harapan Dimensi Kualitas Informasi.....	79
15. Nilai Harapan Dimensi Keamanan.....	80
16. Nilai Harapan Dimensi Keandalan.....	81
17. Nilai Harapan Dimensi Desain.....	82
18. Nilai Harapan Dimensi Kemudahan Penggunaan.....	83
19. Nilai Harapan Dimensi Kepercayaan.....	84
20. Nilai Harapan Dimensi Kepuasan.....	85
21. Nilai Harapan Dimensi Loyalitas.....	86
22. Nilai Harapan Dimensi E-WOM.....	87