

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Mobile Banking.....	10
2.1.2 Emotional Marketing.....	11
2.1.3 Importance Performance Analysis (IPA).....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.3.3 Total Sampel.....	27
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4.1 Data Primer.....	28
3.4.2 Data Sekunder.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.6.2 Uji Validitas.....	30

3.6.3 Uji Reliabilitas.....	30
3.6.4 Analisis Kesenjangan (GAP).....	31
3.6.5 Importance Performance Analysis (IPA).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.2 Teknik Analisis Data.....	40
4.2.1 Uji Validitas.....	40
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.2.3 Analisis Gap.....	42
4.2.4 Metode Importance Performance Analysis (IPA).....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	71