

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 <i>Customer Experience</i>	17
2.2 <i>Customer Behaviour</i>	22
2.2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen	29
2.2.2 <i>Attitude dan Intention</i>	33
2.3 <i>Mobile Banking</i>	34
2.4 <i>Customer Value</i>	36
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	38
2.6 Kerangka Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Desain Penelitian	41
3.2. Metoda Pengumpulan Data	42
3.2.1 Jenis Data Penelitian	42
3.2.2 Pemilihan Informan Penelitian	43
3.2.3 Teknis Pengumpulan Data	44
3.3. Instrumen Penelitian	45
3.4. Metoda Analisis Data.....	47
3.5. Kualitas Keabsahan Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Pelaksanaan Penelitian	53
4.2 Profil Informan.....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.3.1 Faktor–faktor yang Menyebabkan Turunnya Jumlah Transaksi Mandiri Online	56
4.3.2 Alasan Penyebab Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya Jumlah Transaksi Mandiri Online.....	65
4.3.3 Perbandingan Implementasi Layanan Mandiri Online atau Mobile Banking Bank Mandiri dengan Mobile Banking Milik Pesaing	75
4.3.4 Solusi Perbaikan yang Dibutuhkan Dari Customer Experience Pengguna Mandiri Online untuk Dapat Meningkatkan Jumlah Transaksi Mandiri Online.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran..	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kinerja <i>mobile banking</i> perbankan.....	9
Tabel 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	23
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu.....	39
Tabel 3.1	Dasar kategori pemilihan informan penelitian.....	44
Tabel 3.2	Daftar pertanyaan wawancara.....	46
Tabel 4.1	Daftar jadwal wawancara informan.....	54
Tabel 4.2	Profil informan.....	55
Tabel 4.3	Faktor-faktor yang menyebabkan turunnya jumlah transaksi Mandiri Online.....	65
Tabel 4.4	Alasan penyebab faktor tersebut yang menyebabkan turunnya jumlah transaksi Mandiri Online.....	74
Tabel 4.5	Perbandingan ketiga <i>mobile banking</i> (BCA, Mandiri, Jenius).....	82
Tabel 4.6	Solusi perbaikan yang dibutuhkan dari <i>customer experience</i> pengguna Mandiri Online untuk dapat meningkatkan jumlah transaksi Mandiri Online.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan penetrasi pengguna internet & <i>smartphone</i> dalam 5 tahun	3
Gambar 1.2	Pengguna internet di Indonesia tahun 2020.....	4
Gambar 2.1	<i>Wheel of Consumer</i>	28
Gambar 2.2	<i>Stages in Consumer Decision Making</i>	30
Gambar 2.3	Arsitektur <i>mobile banking</i>	36
Gambar 2.4	Kerangka penelitian	40
Gambar 4.1	<i>Mobile banking</i> yang digunakan informan.....	76
Gambar 4.2	Pertimbangan <i>mobile banking</i> yang sering digunakan.....	82
Gambar 4.3	Kelebihan dan kekurangan Mandiri Online	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip wawancara dengan informan.....	112
Lampiran 2 Hasil reduksi data.....	133