

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	18
1.3.1 Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4 Sistematika Penulisan	19
BAB II TELAAH PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Model S-O-R.....	21
2.1.2 <i>Mobile Banking</i>	24
2.1.3 <i>Brand Experience</i>	25
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	29
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	32
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Hubungan antar variabel	37

2.3.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Brand Trust</i>	40
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	42
2.3.4 Mediasi <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand experience</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	45
2.4 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1 Variabel Penelitian	48
3.1.2 Operasional Variabel.....	49
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.3.1 Jenis Data	52
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1 Kuesioner	53
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	54
3.4.3 Skala Pengukuran Kuesioner	54
3.5 Metode Analisis	55
3.5.1 Analisis Deskriptif	56
3.5.2 Analisis Inferensial.....	56
3.6 Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.2 Data Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	63
4.1.3 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	63

4.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.1 Variabel <i>Brand Experience</i>	64
4.2.2 Variabel <i>Brand Loyalty</i>	66
4.2.3 Variabel <i>Brand Trust</i>	67
4.3 Analisis Inferensial.....	68
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
4.3.3 Uji Hipotesis	75
4.3.4 Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Implikasi Teoritis	86
5.3 Implikasi Manajerial	87
5.4 Keterbatasan.....	89
5.5 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97

FEB UNDIP