

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	11

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1. <i>Mobile Banking</i>	13
2.1.2. <i>Branding dan Rebranding</i>	20
2.1.3. Persepsi Nasabah.....	31
2.1.4. <i>Customer Relationship Management</i>	36
2.2. Penelitian Yang Relevan	40
2.3. Grand Teori.....	45
2.4. Hipotesis Penelitian	49

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	53
3.2. Sifat Penelitian	53
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.4. Teknik Analisis Data.....	58

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

4.1. Hasil dan Penelitian.....	63
4.1.1. Analisis Statistik Deskripsi	63
4.2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	65
4.2.1. Uji Validitas	65
4.2.2. Uji Reabilitas	67
4.3. Uji Hipotesis.....	67
4.3.1. Analisis Regresi Berganda	67
4.3.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.4. Pembahasan.....	72
4.4.1. Pengaruh Rebranding Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i>	74
4.4.2. Pengaruh Persepsi Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i>	75
4.4.3. Pengaruh CRM Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i>	76
4.4.4 <i>Rebranding</i> dan Persepsi Sama-Sama Berpengaruh Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i>	77

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan	79
5.2. Implikasi.....	79
5.3. Rekomendasi.....	82