

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR REKOMENDASI.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Waktu penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	12
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.3.1 <i>Komponen Digital Marketing</i>	13
2.1.3.2 <i>Manfaat Digital Marketing</i> dalam Perbankan	15
2.1.4 Kepuasan Nasabah	15
2.1.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	16
2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Nasabah	17
2.1.5 Produk Taplus Muda.....	19

2.1.5.1 Keunggulan Produk Taplus Muda.....	20
2.1.7 Dampak <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.2.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	29
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	32
3.2.3.2 Populasi dan Sasaran	33
3.2.3.3 Penentuan Sampel	34
3.2.4 Model Penelitian	35
3.2.5 Teknis Analisis Data	35
3.2.5.1 Uji Kualitas Data	35
3.2.5.2 Uji Statistik Deskriptif	36
3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.2.5.4 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	39
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.2 Analisis Data Penelitian.....	41
4.1.2.1 Uji Kualitas Data	41
4.1.2.2 Uji Statistik Deskriptif	43
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.1.2.4 Uji Hipotesis	47
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 <i>Digital Marketing</i> di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.....	52
4.2.2 Kepuasan Nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero)Tbk.....	59

4.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76
BIODATA PENULIS.....	96