

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Identifikasi Masalah	18
1.3 Rumusan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	20
1.5.2 Manfaat Praktis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	22
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	22
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	23
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	26
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai - Nilai Manajemen	27
2.1.1.5 Unsur – Unsur Manajemen.....	28
2.1.1.6 Level Manajemen	30
2.1.1.7 Bidang – bidang Manajemen.....	32
2.1.1.8 Manajemen Modern.....	33
2.1.2 Manajemen Pemasaran	34
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	34
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	35
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran.....	36
2.1.2.4 Masalah – Masalah dalam Pemasaran	37
2.1.2.5 Bauran Pemasaran	39
2.1.2.6 Strategi Pemasaran.....	41
2.1.2.7 Pemasaran Era Industri 4.0	41
2.1.3 <i>Shared Value</i>	44
2.1.3.1 Pengertian <i>Shared Value</i>	44
2.1.4 <i>Communication</i>	46
2.1.4.1 Pengertian <i>Communication</i>	46
2.1.5 Kepercayaan	47
2.1.5.1 Pengertian Kepercayaan	47
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Nasabah	50

2.1.6	<i>Mobile Banking</i>	52
2.1.5.2	Pengertian <i>Mobile Banking</i>	52
2.1.7	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	53
2.2	Kerangka Pemikiran.....	56
2.2.1	Pengaruh <i>Shared Value</i> terhadap Kepercayaan.....	56
2.2.2	Pengaruh <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan.....	57
2.2.3	Pengaruh <i>Shared Value</i> dan <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan.....	58
2.3	Hipotesis Penelitian.....	59

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	61
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	63
3.2.1	Definisi Variabel.....	63
3.3.1	Operasionalisasi Variabel.....	64
3.3	Populasi dan Sampel.....	65
3.3.2	Populasi.....	65
3.3.3	Sampel.....	66
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1	Sumber Data.....	67
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.5	Teknik Analisis Data.....	70
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	70
3.5.2	Analisis Asosiatif atau Verifikatif.....	73
3.5.2.1	Analisis Pengaruh <i>Shared Value</i> (X_1) terhadap Kepercayaan (Y) dan <i>Communication</i> (X_2) terhadap Kepercayaan (Y).....	74
3.5.2.2	Analisis Pengaruh <i>Shared Value</i> (X_1) dan <i>Communication</i> (X_2) terhadap Kepercayaan (Y).....	79
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	84
3.6.1	Tempat Penelitian.....	84
3.6.2	Waktu Penelitian.....	84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	86
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.1.1	Profil Singkat Perusahaan.....	86
4.1.1.2	Visi dan Misi.....	88
4.1.1.3	Struktur Organisasi.....	89
4.1.2	Karakteristik Responden.....	90
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	93
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	94

4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri	95
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri	97
4.1.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	98
4.1.3	Deskripsi Variabel yang diteliti	99
4.1.3.1	Deskripsi Variabel X ₁ (<i>Shared Value</i>)	100
4.1.3.2	Deskripsi Variabel X ₂ (<i>Communication</i>)	110
4.1.3.3	Deskripsi Variabel Y (Kepercayaan).....	120
4.1.3.4	Rekapitulasi Penelitian	134
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	134
4.1.4.1	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Shared Value</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri	134
4.1.4.2	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri	144
4.1.4.3	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Shared Value</i> dan <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	154
4.2	Pembahasan	166
4.2.1	Pengaruh <i>Shared Value</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	166
4.2.2	Pengaruh <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	167
4.2.3	Pengaruh <i>Shared Value</i> dan <i>Communication</i> terhadap Kepercayaan pada <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	168

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	171
5.2	Saran	172
DAFTAR PUSTAKA		174
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		180

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Fungsi-fungsi Manajemen	24
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	64
Tabel 3.2	Pembobotan Nilai dan Jawaban.....	69
Tabel 3.3	Tingkat Koefisien Korelasi.....	75
Tabel 3.4	Tingkat Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian	85
Tabel 4.1	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel	100
Tabel 4.2	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri sangat menjaga kerahasiaan data nasabah.....	100
Tabel 4.3	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki sistem pengontrol transaksi dengan mengaktifkan layanan info via SMS atau Email sehingga kerahasiaan transaksi lebih terjamin.....	102
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki standar keamanan internasional	103
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri membantu nasabah untuk bertransaksi dimanapun	105
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri tidak menjual data nasabah.....	106
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri menjamin tidak adanya kebocoran data nasabah...	107
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Shared Value</i>	108
Tabel 4.9	Klasifikasi Interpretasi.....	110
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan tarif jasa layanan Mobile Banking Livin' by Mandiri jelas.....	110
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan informasi suku bunga yang terdapat di Mobile Banking Livin' by Mandiri transparan	112
Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki respon yang baik dalam menanggapi keluhan nasabah	113
Tabel 4.13	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri cepat mengatasi permasalahan teknis lainnya	114
Tabel 4.14	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memudahkan transaksi bagi nasabah.....	116
Tabel 4.15	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri selalu memberikan informasi terkini	117
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Communication</i>	118
Tabel 4.17	Klasifikasi Interpretasi.....	120
Tabel 4.18	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pelayanan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki kinerja dan layanan yang memuaskan	121

Tabel 4.19	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Nasabah dapat mengandalkan Mobile Banking Livin' by Mandiri dalam melakukan transaksi dimanapun.....	122
Tabel 4.20	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan informasi yang diberikan Mobile Banking Livin' by Mandiri jujur dan dapat dipercaya.....	123
Tabel 4.21	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan nasabah merasa aman dan nyaman melakukan transaksi menggunakan m-banking Livin' by Mandiri	125
Tabel 4.22	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki kepedulian terhadap permasalahan yang terjadi pada nasabahnya.....	126
Tabel 4.23	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memberikan solusi yang tepat ketika ada permasalahan yang dialami terkait urusan layanannya	128
Tabel 4.24	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Mobile Banking Livin' by Mandiri memiliki reputasi yang baik	129
Tabel 4.25	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Nasabah memiliki kepercayaan pada m-banking Livin' by Mandiri untuk menyimpan sejumlah dana yang dimiliki.....	130
Tabel 4.26	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan	131
Tabel 4.27	Klasifikasi Interpretasi.....	133
Tabel 4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Variabel X_1 , X_2 dan Y	134
Tabel 4.29	Rekap Data Variabel <i>Shared Value</i> dan Kepercayaan	135
Tabel 4.30	Tingkat Koefisien Korelasi <i>Shared Value</i>	138
Tabel 4.31	Rekap Data Variabel <i>Communication</i> dan Kepercayaan	144
Tabel 4.32	Tingkat Koefisien Korelasi <i>Communication</i>	147
Tabel 4.33	Rekap Data Variabel <i>Shared Value</i> , <i>Communication</i> dan Kepercayaan	155
Tabel 4.34	Tingkat Koefisien Korelasi <i>Shared Value</i> , <i>Communication</i> dan Kepercayaan	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian.....	59
Gambar 3.1	Langkah-langkah Penelitian	63
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Bank Mandiri Cabang Ciamis	89
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	93
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan....	94
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	96
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri	97
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian.....	180
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian	181
Lampiran 3	Surat Keterangan Bimbingan	182
Lampiran 5	Penyebaran Kuesioner Survey via <i>Online</i>	183
Lampiran 6	Dokumentasi Wawancara.....	184
Lampiran 7	Dokumentasi Responden	184
Lampiran 9	Kuesioner Survey	185
Lampiran 10	Rekap Data Identitas Responden.....	190
Lampiran 11	Rekap Data <i>Shared Value</i>	196
Lampiran 12	Rekap Data <i>Communication</i>	199
Lampiran 13	Rekap Data Kepercayaan	202
Lampiran 14	Hasil Korelasi data SPSS.....	205
Lampiran 15	Regresi tiap Variabel Hasil SPSS.....	206
Lampiran 17	Tabel Distribusi	209
Lampiran 18	Tabel Distribusi F	210