

## DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	44
3.1	Kategori Penilaian Bauran Pemasaran dan Loyalitas .....	54
3.2	Dimensi Indikator Oprasional Variabel .....	60
4.1	Layanan Mobile Banking BCA.....	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah Bank BCA .....	70
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Penggunaan Mobile Banking.....	71
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Mobile Banking BCA.....	72
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Menu Yang Paling Sering Digunakan .....	72
5.1	Hasil Uji Validas Bauran Pemasaran .....	75
5.2	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	76
5.3	Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran .....	77

5.4	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	77
5.5	Analisis Indikator Keamanan Bertransaksi Dengan Menggunakan Mobile Banking.....	78
5.6	Analisis Indikator Fitur Mobile Banking BCA Beragam.....	78
5.7	Analisis Indikator Komitmen Mobile Banking BCA.....	80
5.8	Analisis Indikator Kemudahan Pemakaian Mobile Banking BCA.....	80
5.9	Analisis Indikator Kesesuaian Antara Kualitas Mobile Banking BCA Dengan Tarif Yang Diberikan.....	80
5.10	Analisis Indikator Tarif Mobile Banking Bila Dibandingkan Dengan Pesaing.....	81
5.11	Analisis Indikator Keterjangkauan Tarif Mobile Banking BCA.....	81
5.12	Analisis Indikator Pendapat Tentang Brosur Mobile Banking BCA...	82
5.13	Analisis Indikator Penawaran Yang dilakukan Oleh <i>Customer</i> <i>Service Bank BCA</i> .....	82
5.14	Analisis Indikator Pemberian <i>Souvenir</i> Pada Saat Pembuatan Mobile Banking BCA.....	83
5.15	Analisis Kemudahan Nasabah Dalam Mengakses Mobile Banking....	84
5.16	Analisis Indikator Realisasi Mobile Banking BCA Oleh <i>Bank BCA Greenville</i> .....	84
5.17	Analisis Indikator Penggunaan Layanan Secara Sering.....	85
5.18	Analisis Indikator Tidak Mau Pindah Layanan m-bca.....	86
5.19	Analisis Indikator Selalu Ingat Tentang m-bca.....	85

5.20	Analisis Indikator Tarif Murah Tetap Tidak Terbujuk .....	87
5.21	Analisis Indikator Tidak Mempermasalahkan Tarif m-bca .....	87
5.22	Analisis Indikator Tidak terbujuk tawaran produk selain m-bca.....	88
5.23	Analisis Indikator Akan mengacuhkan produk pesaing.....	88
5.24	Analisis Indikator Merekomendasikan Produk m-bca.....	89
5.25	Analisis Indikator Mengajak Orang Untuk Pembuatan m-bca.....	90
5.26	Hasil Analisis Regresi Berganda Antara Tingkat Loyalitas Dengan Bauran Pemasaran Menggunakan SPSS.....	91
5.27	Hasil Analisis Uji F.....	93
5.58	Hasil Analisis Uji t.....	94