

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
1.5. Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.1. Tinjauan Empiris.....	11
1.5.2. Tinjauan Teoritis.....	16
1.5.2.1. Pengertian Sikap.....	16
1.5.2.2. Karakteristik Sikap.....	18
1.5.2.3. Fungsi Sikap.....	19
1.5.2.4. Sikap terhadap Merek.....	22
1.5.2.5. Sikap terhadap Objek.....	22
1.5.2.6. Sikap terhadap Perilaku.....	23
1.5.2.7. Sikap Konsumen terhadap Iklan.....	24
1.5.2.8. Sikap sebagai Respon terhadap Iklan.....	24
1.5.2.9. Pembentukan Sikap.....	25
1.5.2.10. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap.....	26

1.5.2.11. Perubahan Sikap.....	28
1.5.2.12. Komponen Sikap.....	28
1.5.2.13. Model Sikap.....	30
1.5.2.14. Menentukan Atribut Objek Perilaku Konsumen.....	31
1.5.2.15. SMS Banking.....	33
1.6. Kerangka pemikiran.....	36
1.7. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	37
1.7.1. Definisi Konsep.....	37
1.7.2. Definisi Operasional.....	38
1.8. Metodologi Penelitian.....	39
1.8.1. Tipe Penelitian.....	39
1.8.2. Ruang Lingkup.....	39
1.8.3. Lokasi Penelitian.....	39
1.8.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.8.5. Analisis Deskriptif.....	41
1.8.6. Populasi dan Sampel.....	41
1.8.7. Uji Validitas dan Realibilitas.....	42
1.8.8. Teknik Analisis Data.....	43
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	47
2.1. Sejarah Perusahaan.....	47
2.2. Visi dan Misi.....	49
2.3. Profil Perusahaan.....	50
2.4. Struktur Organisasi.....	51
2.5. Job Deskripsi.....	52
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	67
3.1. Analisis Data.....	67
3.1.1. Uji Cochran Q Test.....	67

3.1.1.1. Uji Cohran tahap 1	68
3.1.1.2. Uji Cohran tahap 2	69
3.1.1.3. Uji Cochran tahap 3	70
3.1.2. Karakteristik Responden	72
3.1.3. Uji Validitas dan Realibilitas	74
3.1.3.1. Uji Validitas	74
3.1.3.2. Uji Reliabilitas	76
3.1.4. Statistik Deskriptif	76
3.1.5. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Variabel Sikap	78
3.1.5.1. Tingkat Keyakinan	78
3.1.5.2. Tingkat Evaluasi	104
3.1.6. Analisis Sikap dengan Model Fishbein	131
3.1.6.1. Analisis Tingkat Keyakinan	132
3.1.6.2. Analisis Tingkat Evaluasi	134
3.2. Pembahasan	149
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	177
4.1. Kesimpulan	177
4.2. Saran	179
Daftar Pustaka	180
Lampiran	182

DAFTAR TABEL

1.1 Daftar Bank yang menyediakan layanan <i>SMS Banking</i> di Indonesia.....	8
1.2 Penelitian Terdahulu	13
1.3 Atribut yang diuji	39
3.1 Hasil Uji Cochran	67
3.2 Hasil Uji Validitas	74
3.3 Hasil Uji Reliabilitas	76
3.4 Semua jenis layanan <i>SMS Banking</i> harusnya sesuai dengan kebutuhan nasabah	79
3.5 Semua jenis layanan <i>SMS Banking</i> harusnya tidak memiliki kekurangan.....	80
3.6 Semua jenis layanan <i>SMS Banking</i> umumnya sudah sangat baik.....	81
3.7 Biaya saat transaksi <i>SMS Banking</i> harusnya terjangkau.....	82
3.8 Nasabah pada umumnya tidak keberatan dengan biaya sekali transaksinya.....	83
3.9 Nasabah pada umumnya sangat sepakat dengan biaya yang telah ditetapkan	84
3.10 Nasabah pada umumnya sangat sepakat ada perbedaan biaya untuk masing- masing <i>provider</i>	85
3.11 <i>SMS Banking</i> merupakan layanan perbankan yang paling aman.....	87
3.12 Nasabah merasa sangat aman menggunakan <i>SMS Banking</i> meskipun orang lain tahu tentang kerahasiaan data mereka	88
3.13 Nasabah pada umumnya tidak peduli walaupun sering terjadi kasus pembajakan/ penipuan melalui media SMS.....	89
3.14 Operator selalu menanggapi dengan cepat saat nasabah menggunakan layanan SMS Banking	91
3.15 Layanan <i>SMS Banking</i> merupakan layanan perbankan yang paling cepat	92
3.16 Operator jauh cepat menanggapi nasabah saat menggunakan layanan SMS Banking dari pada menggunakan layanan yang lain	93
3.17 Nasabah harus membutuhkan koneksi yang sangat baik untuk	

menggunakan layanan SMS Banking.....	95
3.18 Koneksi pada umumnya bukan menjadi faktor utama nasabah dalam menggunakan <i>SMS Banking</i>	96
3.19 Koneksi yang sangat buruk, nasabah pada umumnya masih tetap dapat menggunakan <i>SMS Banking</i>	97
3.20 <i>SMS Banking</i> merupakan layanan perbankan yang sangat mudah digunakan.....	99
3.21 Berapa pun usia nasabah layanan <i>SMS Banking</i> sangat mudah digunakan.....	100
3.22 Nasabah pada umumnya hanya dapat menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> pada jam kerja saja.....	102
3.23 Nasabah dapat menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> kapan dan dimana saja.....	103
3.24 Semua jenis layanan pada <i>SMS Banking</i> BRI sesuai dengan kebutuhan nasabah	105
3.25 Semua jenis layanan pada <i>SMS Banking</i> BRI tidak memiliki kekurangan.....	106
3.26 Semua jenis layanan pada <i>SMS Banking</i> BRI sudah sangat baik.....	107
3.27 Biaya transaksi <i>SMS Banking</i> BRI sangat terjangkau.....	109
3.28 Nasabah BRI tidak keberatan dengan biaya sekali transaksinya.....	110
3.29 Nasabah BRI sangat sepakat dengan biaya yang telah ditetapkan.....	111
3.30 Nasabah BRI sangat sepakat ada perbedaan biaya untuk masing-masing <i>provider</i>	112
3.31 <i>SMS Banking</i> BRI merupakan layanan perbankan yang paling aman.....	114
3.32 Nasabah merasa sangat aman menggunakan <i>SMS Banking</i> BRI meskipun orang lain tahu tentang kerahasiaan data mereka	115
3.33 Nasabah BRI pada umumnya tidak peduli walaupun sering terjadi kasus pembajakan/penipuan melalui media SMS.....	116
3.34 Operator selalu menanggapi dengan cepat saat nasabah menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> BRI.....	118
3.35 Layanan <i>SMS Banking</i> BRI merupakan layanan perbankan yang	

paling cepat.....	119
3.36 Operator jauh cepat menanggapi nasabah saat menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> BRI dari pada menggunakan layanan yang lain.....	120
3.37 Nasabah harus membutuhkan koneksi yang sangat baik untuk menggunakan untuk menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> BRI.....	122
3.38 Koneksi pada umumnya bukan menjadi faktor utama nasabah dalam menggunakan <i>SMS Banking</i> BRI.....	123
3.39 Koneksi yang sangat buruk, nasabah pada umumnya masih tetap dapat menggunakan <i>SMS Banking</i> BRI.....	125
3.40 <i>SMS Banking</i> BRI merupakan layanan perbankan yang sangat mudah digunakan.....	126
3.41 Berapa pun usia nasabah layanan <i>SMS Banking</i> BRI sangat mudah digunakan.....	127
3.42 Nasabah pada umumnya hanya dapat menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> BRI pada jam kerja saja.....	129
3.43 Nasabah dapat menggunakan layanan <i>SMS Banking</i> BRI kapan dan dimana saja.....	130
3.44 Analisis Variabel Keyakinan.....	133
3.45 Analisis Variabel Evaluasi.....	135
3.46 Indeks sikap nasabah pada masing-masing atribut.....	156
3.47 Indeks Sikap Nasabah Semua Atribut.....	147

DAFTAR GAMBAR

1.1 Hubungan tiga komponen sikap.....	30
1.2 Kerangka pemikiran.....	36
2.1 Stuktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Madiun.....	50
3.1 Interval Kelas Indeks Sikap Jenis-jenis layanan yang disediakan	138
3.2 Interval Kelas Indeks Sikap Biaya saat transaksi	139
3.3 Interval Kelas Indeks Sikap Keamanan	140
3.4 Interval Kelas Indeks Sikap Kecepatan tanggapan operator	142
3.5 Interval Kelas Indeks Sikap Koneksi	143
3.6 Interval Kelas Indeks Sikap Kemudahan penggunaan.....	144
3.7 Interval Kelas Indeks Sikap Fleksibilitas waktu pelayanan.....	145
3.8 Interval Kelas Indeks Sikap Semua atribut	148