

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	7
1.1.1 Profil Perusahaan.....	7
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	8
1.1.3 Produk	8
1.2 Latar Belakang Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Aspek Teoritis.....	19
1.6 Manfaat Penelitian	19
1.6.1 Aspek Teoritis.....	20
1.6.2 Aspek Praktis	20
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	20
1.8 Sistematika Penulisan	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22

2.1	Pengertian Manajemen	22
2.1.1	Fungsi Manajemen.....	22
2.2	Uang Elektronik.....	23
2.2.1	Bentuk-Bentuk Uang Elektronik.....	23
2.3	Pengertian Brand.....	24
2.4	Brand Awareness (Kesadaran Merek)	25
2.4.1	Tingkatan-tingkatan Brand Awareness.....	25
2.5	Brand Image (Citra Merek).....	26
2.5.1	Dimensi Brand Image	27
2.6	Keputusan Pembelian	29
2.6.1	Dimensi Keputusan Pembelian	29
2.7	Penelitian Terdahulu.....	30
2.8	Kerangka Pemikiran	41
2.8.1	Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.8.2	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian...	43
2.8.3	Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.9	Hipotesis	44
2.10	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	Jenis Penelitian	46
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	46
3.2.1	Operasional Variabel.....	46
3.2.2	Skala Pengukuran.....	51
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	52
3.3	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel	54

3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1	Data Primer	55
3.4.2	Data Sekunder Data	56
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1	Uji Validitas	57
3.5.2	Uji Reliabilitas	59
3.6	Uji Asumsi Klasik	60
3.7	Teknik Analisis Data	62
3.7.1	Analisi Deskriptif	63
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.8	Pengujian Hipotesis	65
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	65
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	66
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1	Pengumpulan Data	69
4.2	Karakteristik Responden.....	69
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	70
4.3	Hasil Penelitian	71
4.3.1	Analisis Deskriptif	71
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Berganda	87
4.3.4	Uji Hipotesis	88
4.3.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	92
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	94
4.4.1	Brand Awareness	94
4.4.2	Brand Image	95
4.4.3	Keputusan Pembelian.....	95
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	98

5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	99
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	99
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	100
	DAFTAR PUSTAKA	101
	LAMPIRAN.....	108