

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Shopeepay	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Peneliatian	15
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis	15
1.6 Sistematika penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Pengertian Manajemen	17
2.1.1 Fungsi Manajemen	17
2.2 Uang Elektronik.....	18
2.2.1 Jenis – Jenis Bentuk Uang Elektronik.....	18
2.3 Pengertian Merek (Brand)	19
2.4 Brand Image (Citra Merek)	20
2.4.1 Dimensi Brand Image.....	20
2.5 Keputusan Pembelian	22
2.5.1 Dimensi Keputusan Pembelian	22
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Pemikiran	32
2.8 Hipotesis	33
2.9 Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35

3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.2.1	Operasional variabel.....	36
3.2.2	Skala Pengukuran.....	38
3.2.3	Tahapan Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.5.1	Uji Validitas	42
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.6	Uji Asumsi Klasik	45
3.7	Teknik Analisis Data	46
3.7.1	Statistik Deskriptif	46
3.7.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	48
3.8	Pengujian Hipotesis	49
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	49
3.8.2	Koefisien Determinasi.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	61
4.2.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	63
4.2.4	Uji Hipotesis.....	64
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	66
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	69
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		74