

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	13
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	13
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	13
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	13
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Bagi PT PLN Icon Plus Kantor Unit Layanan Lampung	14
1.5.2 Bagi Institusi.....	14
1.5.3 Bagi Peneliti.....	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>).....	16

2.1.1	Tingkatan Kesadaran Merek	17
2.1.2	Keuntungan Kesadaran Merek	18
2.1.3	Peran Kesadaran Merek	19
2.1.4	Indikator Kesadaran Merek	21
2.2	Promosi	21
2.2.1	Tujuan Promosi	23
2.2.2	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Promosi	24
2.2.3	Indikator – Indikator Promosi	25
2.3	Pengetahuan Produk	25
2.3.1	Jenis-Jenis Pengetahuan Produk	26
2.3.2	Tingkatan Pengetahuan Produk	27
2.3.3	Indikator Pengetahuan Produk	28
2.4	Minat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	28
2.4.1	Pengertian Minat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	28
2.4.2	Aspek Minat Pembelian	29
2.4.3	Indikator Minat Pembelian	30
2.5	Penelitian Terdahulu	31
2.6	Kerangka Pikir	32
2.7	Hipotesis Penelitian	32
2.7.1	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk/Jasa	32
2.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Minat Beli Produk/Jasa	33
2.7.3	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Produk/Jasa	34
2.7.4	Pengaruh Kesadaran Merek, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Produk/Jasa	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Sumber Data	36
3.3	Metode Pengumpulan Data	36
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel	37

3.5	Variabel Penelitian	38
3.5.1	Variabel Independen	39
3.5.2	Variabel Dependen	39
3.6	Definisi Operasional Variabel	39
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	40
3.7.1	Uji Validitas	40
3.7.2	Uji Realibilitas	41
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	41
3.8.1	Uji Normalitas	41
3.8.2	Uji Linieritas	42
3.8.3	Uji Multikolinearitas	43
3.9	Metode Analisis Data	43
3.9.1	Regresi Linear Berganda	44
3.10	Pengujian Hipotesis	44
3.10.1	Uji t	44
3.10.2	Uji F	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Deskripsi Data	46
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	50
4.2.1	Hasil Uji Validitas	50
4.2.2	Hasil Uji Realibilitas	52
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	52
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	52
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	53
4.3.3	Hasil Uji Multikolinearitas	53
4.4	Hasil Analisis Data	54
4.4.1	Regresi Linear Berganda	54
4.4.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	55
4.4.1	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	56
4.5	Pembahasan	57
4.5.1	Pembahasan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli	57

4.5.2 Pembahasan Promosi terhadap Minat Beli	58
4.5.3 Pembahasan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli	59
4.5.4 Pembahasan Kesadaran Merek, Promosi dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	62
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengguna Internet Broadband Tahun 2023	6
Tabel 1. 2 Pelanggan ICONNET di Provinsi Lampung sd Oktober 2024	9
Tabel 1. 3 Penambahan Pelanggan ICONNET Periode Januari sd Oktober 2024.	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Instrumen Kuisioner.....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3. 3 Interpretasi nilai r	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Kesadaran Merek (X1).....	47
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Promosi (X2).....	48
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Pengetahuan Produk (X3)	49
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 12 Persamaan Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Mode Summary	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parisal (Uji t)	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji f)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024	1
Gambar 1. 2 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024 Berdasarkan Usia	2
Gambar 1. 3 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024 Pulau Sumatera	3
Gambar 1. 4 Pilihan Paket ICONNET	5
Gambar 1. 5 Pilihan PAKET HEBAT ICONNET	5
Gambar 1. 6 Pengalaman Fixed Broadband Kota.....	8
Gambar 1. 7 Penambahan Pelanggan ICONNET di Bandar Lampung	11
Gambar 2. 1 Piramida Kesadaran Merek.....	17
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir	32

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I (Kuisisioner Pra-Survei).....	69
LAMPIRAN II (Hasil Jawaban Pra-Survei).....	70
LAMPIRAN III (Kuisisioner Penelitian)	71
LAMPIRAN IV (Hasil Jawaban Responden).....	75
LAMPIRAN V (Hasil Uji Deskriptif)	80
LAMPIRAN VI (Hasil Uji Validitas)	86
LAMPIRAN VII (Hasil Uji Realibilitas).....	90
LAMPIRAN VIII (Hasil Uji Normalitas).....	92
LAMPIRAN IX (Hasil Uji Linearitas)	93
LAMPIRAN X (Hasil Uji Analisis Linear Berganda).....	95