

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>.xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	<a href="#">11</a>
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	<a href="#">11</a>
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Bagi Peneliti .....	11
1.5.2 Bagiak Perusahaan .....	11
1.5.3 Bagi Institusi .....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12

<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1	Merek.....	13
2.2	Ekuitas Merek.....	13
2.3	Kesadaran Merek.....	14
2.4	Persepsi Kualitas .....	16
2.5	Asosiasi Merek .....	17
2.6	Loyalitas Merek.....	18
2.7	Penelitian Terdahulu.....	20
2.8	Kerangka Pikir .....	21
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	22
3.2	Sumber Data .....	22
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	22
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Variable Penelitian .....	24
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	25
3.7	Uji persyaratan instrumen.....	25
3.7.1	Uji Validitas .....	25
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	26
3.8	Metode Analisis Data .....	26
3.8.1	Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi .....	26
3.8.2	Analisis Chocran Q Test .....	27

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Deskripsi Data .....	28
4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden.....	28
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	30
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	33
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	33
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
4.3 Hasil Analisis Data .....	36
4.3.1 Hasil Uji Deskriptif Frekuensi .....	36
4.3.2 Hasil Uji Chocran.....	40
4.4 Pembahasan .....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran .....	58

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Pengguna E-Commerce Indonesia Tahun 2017-2019 ..	3
Tabel 1.2	Data Pengunjung Marketplace Indonesia Tahun 2019 .	4
Tabel 1.3	Data Top Brand Tokopedia Tahun 2017-2019 .....	5
Tabel 1.4	Data Marketplace Berdasarkan Aplikasi .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1	Skala Pengukuran.....	23
Tabel 3.2	Kriteria Pemilihan Sampel .....	24
Tabel 3.3	Definisi Operasiona Variabel.....	25
Tabel 4.1	Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin ...	28
Tabel 4.2	Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia .....	29
Tabel 4.3	Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	29
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek	30
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas	31
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Merek.	32
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Variabel Asosiasi Merek .	33
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek .....	34
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas .....	34
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek .....	35
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....	35
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas .....	36
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Dimensi Kesadaran Merek .....	36
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Dimensi Persepsi Kualitas .....	37
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Dimensi Loyalitas Merek .....	38
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Dimensi Asosiasi Merek.....	39
Tabel 4.17	Penilaian Ekuitas Merek .....	39
Tabel 4.18	Hasil Uji Chocran Q Test.....	40
Tabel 4.19	Hasil Uji Chocran Q Test.....	41
Tabel 4.20	Hasil Uji Chocran Q Test.....	42
Tabel 4.21	Daftar Peringkat Atribut Kesadaran Merek Tokopedia .....	43

Tabel 4.22 Hasil Uji Chocran Q Test.....	44
Tabel 4.23 Hasil Uji Chocran Q Test.....	45
Tabel 4.24 Daftar Peringkat Atribut Persepsi Kualitas Tokopedia	46
Tabel 4.25 Hasil Uji Chocran Q Test.....	47
Tabel 4.26 Hasil Uji Chocran Q Test.....	48
Tabel 4.27 Daftar Peringkat Atribut Loyalitas Merek Tokopedia	49
Tabel 4.28 Hasil Uji Chocran Q Test.....	50
Tabel 4.29 Hasil Uji Chocran Q Test.....	51
Tabel 4.30 Hasil Uji Chocran Q Test.....	52
Tabel 4.31 Hasil Uji Chocran Q Test.....	53
Tabel 4.32 Hasil Uji Chocran Q Test.....	54
Tabel 4.33 Daftar Peringkat Atribut Asosiasi Merek Tokopedia .	55

## DAFTAR GAMBAR

<a href="#"><u>Grafik 1.1 Data Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia</u></a> .....	2
<a href="#"><u>Grafik 2.1 Kerangka Pikir</u></a> .....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3** Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Hasil Uji Frekuensi Variabel
- Lampiran 5** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7** Hasil Uji Chocran