

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PESETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK	X
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3. Ruang Lingkup Tempat	9
1.3.4. Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	10
1.3.6. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Bagi Penulis	10

1.5.2 Bagi Insitusi	11
1.5.2 Bagi Perusahaan	11
1.5.3 Bagi Pemerintah	11
1.6 Sistematika Penulisan	12

BAB II PENDAHULUAN

2.1 Prilaku Konsumen	13
2.2 Identitas Merek.....	16
2.2.1 Pengertian Identitas Merek	16
2.2.2 Indikator Identitas Merek	17
2.3 Citra Merek	18
2.3.1 indikator Citra Merek	19
2.4 Kepercayaan Merek	20
2.4.1 Karakteristik Merek	20
2.4.2 Idikator Kepercayaan Merek.....	21
2.5 Loyalitas Pelangan	22
2.5.1 Definisi Loyalitas	22
2.5.2. Indicator Loyalitas Pelangan.....	23
2.6 Financial Technology (Fintech)	24
2.6.1 Kelemahan Dan Kelebihan Uang Elektronik	25
2.7 Penelitian Terdahulu	29
2.8 Metode Penelitian	33
2.9 Kerangka Pemikiran.....	34
2.10. Hipotesis.....	34
2.10.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	34
2.10.3 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	35
2.10.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	35

2.10.3 Pengaruh identitas mere citra mere dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
---	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Sumber Data.....	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.3.1. Populasi Dan Sampel.....	38
3.3.2 Populasi	38
3.4. Sampel	40
3.5 Variabel Penelitian	40
3.6 Operasional Variabel.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2. Uji Realibiitas	41
3.7. Uji Persyaratan Instrumen.....	42
3.7.1. Uji Validitas	42
3.7.1 Uji Realibiitas	43
3.7.2 Ujilinieritas.....	43
3.8. Metode Analisis data.....	42
3.8.1 Uji Persaratan Analisis Data	43
3.8.2 Uji normalitas	43
3.8.4 Uji linieritas	44
3.8.4 Uji muntilinieritas.....	45
3.9. Metode Analisisdata.....	46
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.10 Pengujian Hipotesis	47
3.10.1 Uji T (Uji Statistik Parsial).....	47
3.10.2 Uji F (Uji Simultan).....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Deskripsi Data	49
---------------------------------	----

4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden Fintech Gopay.....	51
4.1.2. Deskripsi Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner	53
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	59
4.2.1 hasil Uji Validitas Instrumen	59
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	62
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	63
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	63
4.3.2. Hasil Uji Autokorelasi	65
4.4. Hasil Uji Analisis Data	66
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.4.2 hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	70
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	70
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji F)	72
4.6 Pembahasan.....	72
4.6.1 Identitas Merek Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	73
4.6.2 Citra Merek Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	73
4.6.3 Kepercayaan Merek Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	73
4.6.4 Identitas Merek Citra Merek Kepercayaan Merek	73
4.6.5 Mempengaruhi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	75
5.2 Saran	75
5.3 keterbatasan peneliti.....	76

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 2.1: Data Penelitian Terdahulun.....	32
Tabel 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 3.2 :Skala Pengukuran Likret	38
Table 3.2 :Operasional Variabel	41
Tabel 4.1: Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2: Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	50
Tabel 4.3Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4:Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Pebdepatan Responden	53
Tabel 4.5 :Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Waktu Lama Pengunan Responden	54
Tabel 4.6 :Hasil Uji Frekuensi Variabel Identitas Merek(X1).....	55
Tabel 4.7: Hasil Uji Frekuensi Data Variabel Citra Merek (X2).....	56
Tabel 4.8 :Hasil Uji Frekuensi Variabel Kepercayaan Merek(X3).....	57
Tabel 4.9 :Hasil Uji Frekuensi Variabel Loyalitas Pelangan (Y)	58
Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas Variabel Idrntitas Merek(X1)	59
Tabel 4.11:Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)	60
Tabel 4.12: Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (X3).....	61
Tabel 4.13: Hasil Uji Vali Ditas Loyalitas Merek (Y).....	62
Tabel 4.14: Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.1: Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.16: Hasil Uji Multikolinieritas	64

Tabel 4.17: Hasil Uji linieritas	64
Tabel 4.18: Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.19: Hasil Coefficients	66
Tabel 4.20: Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.21: Hasil Uji Koefisien Uji T	69
Tabel 4.22: Hasil Uji Koefisien Uji T	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Fintech	3
Gambar 1.3. Top 10 Dompot Digital Yang Paling Sering Digunakan 2019	4
Gambar 2.1. Model Penelitian	34
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	35