

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Ekuitas Merek .....	14
Gambar 2.8 Kerangka Pikir .....	23

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pengguna E-commerce Indonesia Tahun 2017-2019 .....	1
Tabel 1.2. Hasil Pra Survey Ekuitas Merek Tokopedia .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	25
Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sample .....	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel .....	27
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r.....	28
Tabel 3.5 Kategori Tingkat Penilaian Ekuitas Merek Konsumen.....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	31
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek.....	32
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas .....	33
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Asosiasi Merek .....	34
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Merek.....	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek.....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas .....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek.....	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Dimensi Kesadaran Merek .....	38
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Dimensi Persepsi Kualitas .....	39
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Dimensi Asosiasi Merek .....	40
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Dimensi Loyalitas Merek .....	40
Tabel 4.17 Penilaian Ekuitas Merek.....	41

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Data .....	30
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	30
4.1.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	32
4.2. Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	35
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	35
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	37
4.3. Hasil Analisis Data .....	38
4.3.1. Hasil Uji Deskriptif Frekuensi.....	38
4.4. Pembahasan .....	43

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan.....	48
5.2. Saran.....	48

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Pengertian E-commerce .....	12
2.2. Ekuitas Merek .....	13
2.2.1. Penegertian Ekuitas Merek .....	13
2.3. Kesadaran Merek .....	14
2.3.1. Penegertian Kesadaran Merek .....	14
2.4. Persepsi Kualitas .....	16
2.4.1. Penegertian Persepsi Kualitas .....	16
2.5. Asosiasi Merek .....	18
2.5.1. Penegertian Asosiasi Merek .....	18
2.6. Loyalitas Merek .....	19
2.6.1. Penegertian loyalitas Merek .....	19
2.7. Penelitian Terdahulu .....	22
2.8. Kerangka Pikir .....	23

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian .....	24
3.2. Sumber Data .....	24
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4. Populasi dan Sampel .....	25
3.4.1. Populasi .....	25
3.4.2. Sampel .....	25
3.5. Variabel Penelitian .....	26
3.6. Definisi Operasional Variabel .....	27
3.7. Uji Persyaratan Instrumen .....	27
3.7.1. Uji Validitas .....	27
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	28
3.8. Metode Analisis Data .....	29
3.8.1. Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi .....	29

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan 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 Pengetahuan .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.6. Sistematika Penulisan .....	11