

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kesadaran Merek.....	7
2.2 Persepsi Kualitas	7
2.3 Niat Pembelian	8
2.4 Penelitian Terdahulu.....	9
2.5 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	12
2.5.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian	12
2.5.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian	12
2.5.3 Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian.....	13
2.6 Bagan Alur Berpikir.....	13

2.7 Kerangka Konseptual.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	16
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.5 Lokasi dan Waktu.....	19
3.6 Metode Analisis Data	20
3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran.....	20
3.6.2 Persamaan Regresi	21
3.6.3 Uji Kualitas Data.....	22
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6.5 Uji Hipotesis.....	25
3.7 Tahapan Uji Validitas dan Reliabilitas	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Tokopedia Digital	29
4.2 Analisis Deskriptif.....	29
4.2.1 Pengumpulan Data	29
4.2.2 Karakteristik Responden.....	30
4.2.2.1 Jenis Kelamin.....	30
4.2.2.2 Usia	30
4.2.2.3 Pengeluaran Per Bulan	31
4.2.2.4 Domisili Tempat Tinggal	32
4.2.3 Perilaku Responden.....	32
4.2.3.1 Mengakses Tokopedia Digital Secara Rutin Melalui.....	33
4.2.3.2 Metode Pembayaran Yang Sering Digunakan	33
4.2.3.3 Media Iklan Tokopedia Digital Sering Dilihat Melalui	34
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	35
4.3.2 Tanggapan Repsonden Terhadap Persepsi Kualitas	38
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	40

4.4 Uji Kualitas Data.....	42
4.4.1 Uji Validitas	42
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	46
4.5.1 Uji Normalitas.....	46
4.5.2 Uji Multikolinearitas	47
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.6 Uji Hipotesis.....	49
4.6.1 Persamaan Regresi Linear Berganda	49
4.6.2 Uji T	50
4.6.3 Uji F	51
4.6.4 Koefisien Determinasi.....	52
4.7 Pembahasan.....	53
4.7.1 Pembelian Konsumen Tokopedia Digital	53
4.7.2 Analisa Deskriptif Hasil Rata-Rata Konsumen Tokopedia Digital	54
4.7.3 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian	58
4.7.4 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian	59
4.7.5 Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Rekomendasi	64
5.2.1 Implikasi Teoritis	64
5.2.2 Implikasi Praktis.....	64
5.2.3 Keterbatasan.....	64
5.2.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN 1 STUDI PENDAHULUAN	74
LAMPIRAN 2 KUESIONER	75
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA RESPONDEN	79
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS 30 RESPONDEN	88

LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS 30 RESPONDEN.....	90
LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS 100 RESPONDEN	91
LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITAS 100 RESPONDEN.....	93
LAMPIRAN 8 HASIL UJI ASUMSI KLASIK 100 RESPONDEN	94
LAMPIRAN 9 HASIL UJI HIPOTESIS	95
LAMPIRAN 10 HASIL UJI PLAGIARISME	96

