

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar belakang.....	1
1. 2 Identifikasi masalah.....	9
1. 3 Rumusan masalah.....	10
1. 4 Tujuan penelitian.....	10
1. 5 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya.....	10
1. 6 Manfaat penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2. 1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	12
2.1.2 Tujuan pemasaran.....	12
2.1.3 Fungsi pemasaran.....	13
2.1.4 Strategi pemasaran.....	14
2.1.5 Bauran pemasaran (Marketing mix).....	15
2. 2 Citra Merek.....	16
2.2.1 Pengertian citra merek.....	16
2.2.2 Manfaat citra merek.....	17
2.2.3 Tujuan citra merek.....	17

2.2.4	Proses pembentukan citra merek.....	18
2.2.5	Dimensi citra merek.....	18
2.3	Promosi.....	19
2.3.1	Pengertian promosi.....	19
2.3.2	Tujuan promosi.....	19
2.3.3	Bauran promosi.....	20
2.3.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan promosi.....	20
2.3.5	Dimensi promosi.....	21
2.4	Kualitas layanan elektronik.....	22
2.4.1	Pengertian kualitas layanan elektronik.....	22
2.4.2	Tujuan kualitas layanan elektronik.....	23
2.4.3	Dimensi kualitas layanan elektronik.....	23
2.4.4	Manfaat kualitas layanan elektronik.....	23
2.5	Niat menggunakan ulang.....	23
2.5.1	Pengertian niat.....	23
2.5.2	Aspek niat menggunakan ulang.....	24
2.5.3	Proses timbulnya niat.....	25
2.5.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan ulang... ..	25
2.5.5	Dimensi niat menggunakan ulang.....	26
2.6	Penelitian terdahulu.....	26
2.7	Hubungan antar variable.....	29
2.7.1	Hubungan citra merek dengan niat menggunakan ulang.....	29
2.7.2	Hubungan promosi dengan niat menggunakan ulang.....	30
2.7.3	Hubungan kualitas pelayanan elektronik dengan niat menggunakan ulang.....	30
2.8	Model penelitian.....	31
2.9	Hipotesis penelitian.....	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1	Desain penelitian.....	33
3.2	Metode pengumpulan data.....	33
3.3	Batasan operasional.....	33

3.4 Jenis dan Sumber data.....	33
3.4.1 Jenis data.....	33
3.4.2 Sumber data.....	34
3.5 Populasi dan Sampel.....	34
3.5.1 Populasi.....	34
3.5.2 Sampel.....	35
3.6 Teknik pengambilan sampel.....	35
3.7 Definisi operasional variabel.....	35
3.8 Teknik analisis data.....	37
3.8.1 Uji Validitas.....	38
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.8.3 Analisis deskriptif penelitian.....	39
3.9 Uji prasyarat analisis data.....	39
3.9.1 Uji normalitas.....	39
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.9.4 Uji Autokorelasi.....	40
3.10 Metode analisis data.....	41
3.10.1 Uji t.....	41
3.10.2 Analisis regresi linear berganda.....	41
3.10.3 Uji F.....	42
3.10.4 Koefisien determinasi.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	43
4.1 Karakteristik responden.....	43
4.1.1 Berdasarkan jenis kelamin.....	43
4.1.2 Berdasarkan usia.....	44
4.1.3 Berdasarkan pendidikan terakhir.....	44
4.1.4 Berdasarkan pekerjaan.....	45
4.1.5 Berdasarkan lama menggunakan OVO.....	45
4.2 Hasil uji validitas, reliabilitas dan analisis deskriptif penelitian.....	46
4.2.1 Uji validitas.....	46

4.2.2 Uji reliabilitas.....	49
4.2.3 Analisis deskriptif penelitian.....	50
4.3 Uji prasyarat analisis data.....	55
4.3.1 Uji normalitas.....	55
4.3.2 Uji multikolinearitas.....	56
4.3.3 Uji heteroskedastisitas.....	57
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	57
4.4 Analisis data.....	58
4.4.1 Uji t.....	58
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.4.3 Uji F.....	60
4.4.4 Koefisien determinasi.....	61
BAB V PEMBAHASAN.....	62
5.1 Pembahasan hasil penelitian.....	62
5.1.1 Pengaruh citra merek terhadap niat menggunakan ulang.....	62
5.1.2 Pengaruh promosi terhadap niat menggunakan ulang.....	62
5.1.3 Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang.....	63
5.1.4 Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang.....	63
5.2 Temuan penelitian.....	64
5.3 Keterbatasan penelitian.....	64
BAB VI PENUTUP.....	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Implikasi penelitian.....	66
6.2.1 Implikasi manajerial.....	66
6.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Instrumen penelitian.....	37
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia.....	44
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	44
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Responden berdasarkan lama menggunakan OVO.....	46
Tabel 4.6 Hasil uji validitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil uji reliabilitas.....	49
Tabel 4.8 Indeks citra merek.....	51
Tabel 4.9 Indeks promosi	52
Tabel 4.10 Indeks kualitas layanan elektronik.....	53
Tabel 4.11 Indeks niat menggunakan ulang.....	54
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas.....	55
Tabel 4.13 Hasil uji multikolinearitas	56
Tabel 4.14 Hasil uji autokorelasi	58
Tabel 4.15 Hasil uji analisis regresi linear berganda.....	58
Tabel 4.16 Hasil uji F.....	59
Tabel 4.17 Hasil uji t	60
Tabel 4.18 Hasil uji koefisien determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar aplikasi e-wallet terbesar di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Statistik pengguna digital dan internet Indonesia 2019.....	4
Gambar 1.3 Mobile payment in Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Hasil pra-survey Pengetahuan mengenai OVO.....	6
Gambar 1.5 Hasil pra-survey citra merek OVO.....	7
Gambar 1.6 Hasil pra-survey promosi OVO.....	8
Gambar 1.7 Hasil pra-survey kualitas layanan elektronik OVO.....	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	31
Gambar 4.2 Histogram normalitas variabel.....	56
Gambar 4.3 Normalitas probality plot.....	57
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I – Pra Survey.....	73
Lampiran II – Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran III – Hasil Uji Validitas.....	78
Lampiran IV – Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran V – Tabulasi Data.....	83
Lampiran VI – Hasil Uji Prasyarat Analisis Data.....	94
Lampiran VII – Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	96