

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN SIDANG	iii
TANDA PERSETUJUAN DUPLIKASI	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teori	11
2.2.1 Teori S-O-R	11
2.2.2 Kesadaran Merek.....	14
2.2.2.1 Merek	14
2.2.2.2 Kesadaran Merek	15
2.2.3 Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli.....	17
2.2.3.1 Minat Beli	17
2.2.3.2 Dimensi Minat Beli	17
2.2.3.3 Tahapan Minat Beli.....	18
2.2.3.4 Fakto yang Memengaruhi Minat Beli	21
2.3 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran	22

2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Obyek Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	26
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Sumber Data	28
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Definisi Operasional Variabel	30
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	31
3.6.1 Validitas.....	31
3.6.2 Reliabilitas	34
3.7 Rencana Analisis Data.....	36
3.7.1 Unit Analisis Data	36
3.7.2 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Deksripsi Obyek Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2 Gambaran Umum Produk.....	39
4.1.3 Visi & Misi Perusahaan.....	40
4.1.4 Slogan Perusahaan.....	40
4.1.5 Logo Perusahaan	41
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Identitas Responden.....	41
4.3 Data Hasil Penelitian Variabel X.....	43
4.3.1 Tidak Menyadari (<i>Unaware</i>).....	43
4.3.2 Pengenalan (<i>Recognition</i>).....	44
4.3.3 Peningat Kembali (<i>Recall</i>).....	45
4.3.4 Pilihan Utama (<i>Top of Mind</i>).....	46
4.3.5 Interval Variabel X	47
4.4 Data Hasil Penelitian Variabel Y.....	47
4.4.1 Minat Transaksional	47
4.4.2 Minat Refrensial	48

4.4.3 Minat Preferensial.....	49
4.4.4 Minat Eksploratif.....	49
4.4.5 Interval Variabel Y	50
4.5 Hasil Data Statistik Uji Korelasi Sederhana.....	50
4.6 Hasil Data Statistik Uji Regresi Sederhana	51
BAB V PEMBAHASAN	52
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
5.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	54
5.3 Implikasi dalam Kehidupan Nyata	57
5.4 Pembahasan Hipotesis	58
BAB VI PENUTUP	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Kepadatan Penduduk Wilayah DKI Jakarta 1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Penumpang KWK Terintegrasi Jak Lingko.....	2
Tabel 1.2 Mekanisme Penggunaan Jak Lingko di Transjakarta	3
Tabel 1.3 Mekanisme Penggunaan Jak Lingko di Gate Transjakarta.....	3
Tabel 1.4 Tabel KWK Terintegrasi Jak Lingko.....	4
Tabel 2.1 Model AIDA	20
Tabel 3.1 Rentang Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 <i>Mapping</i>	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kesadaran Merek)	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	33
Tabel 3.5 Hasil Test Variabel X (Kesadaran Merek).....	34
Tabel 3.6 Hasil Test Variabel Y (Minat Beli).....	35
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kesadaran Merek)	36
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)	36
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	43
Tabel 4.5 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 1	43
Tabel 4.6 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 2.....	44
Tabel 4.7 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 3	44
Tabel 4.8 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 4.....	45
Tabel 4.9 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 5	45
Tabel 4.10 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 6.....	46
Tabel 4.11 Kesadaran Merek Respon Responden pada Butir No. 7	46
Tabel 4.12 Interval Variabel X.....	47

Tabel 4.13 Minat Beli Respon Responden pada Butir No. 1	47
Tabel 4.14 Minat Beli Respon Responden pada Butir No. 2	48
Tabel 4.15 Minat Beli Respon Responden pada Butir No. 3	48
Tabel 4.16 Minat Beli Respon Responden pada Butir No. 4	49
Tabel 4.17 Minat Beli Respon Responden pada Butir No. 5	49
Tabel 4.18 Interval Variabel Y	50
Tabel 4.19 Melihat Hubungan Variabel X Terhadap Variabel Y	50
Tabel 4.20 Melihat Besarnya Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 KWK Jak Lingko	5
Gambar 2.1 Model Teori S-O-R	12
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek	16
Gambar 3.1 Rumus Lemeshow	27
Gambar 3.2 Rumus Pearson	32
Gambar 3.3 Rumus Alpha Cronbach	35
Gambar 4.1 Logo Jak Lingko.....	41
Gambar 5.1 Rute KWK JAK30	53

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 23