

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Kategori Produk MarketPlace Shopee	2
1.1.5 Produk Shopee”ShopeePay”	6
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Manfaat Teoritis	20
1.5.2 Manfaat Praktis	20
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	20

1.7	Sistematika Penulisan	20
BAB II		22
TINJAUAN PUSTAKA		22
2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	22
2.1.1	Pemasaran	19
2.1.2	Manajamen Pemasaran	22
2.1.3	<i>Uang Elektronik</i>	23
2.1.4	Bentuk Bentuk Uang Elektronik	24
2.1.5	Pengertian <i>Brand</i>	26
2.1.6	Pengertian <i>Brand Awaraness</i>	27
2.1.7	Tingkatan <i>Brand Awaraness</i>	28
2.1.8	Kualitas dan Kualitas Pelayanan	30
2.1.9	Dimensi Kualitas Pelayanananan	32
2.1.10	Keputusan Pembelian	33
2.1.11	Dimensi Keputusan Pembelian	35
2.1.12	Hubungan Antara <i>Brand Awaraness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.1.13	Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.1.14	Hubungan Antara <i>Brand Awaraness</i> dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.1.15	Maksud dan Tujuan Pengambilan Variable <i>Brand Awaraness</i>	39
2.1.16	Maksud dan Tujuan Pengambilan Variable Kualitas Layanan	40
2.1.17	Maksud dan Tujuan Pengambilan Variable Keputusan penggunaan	41
2.2	Penelitian Terdahulu	42
2.2.1	Ulasan Penelitian (Skripsi) Terdahulu Nasional	42
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional	47
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional	50

2.3	Kerangka Pemikiran	53
2.4	Hipotesis Penelitian	56
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	56
BAB III		54
METODOLOGI PENELITIAN		54
3.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Variable Operasional dan Skala Pengukuran.....	58
3.2.1	Variable Operasional.....	58
3.2.2	Skala Pengukuran	62
3.2.3	Tahap Penelitian	64
3.3	Populasi dan Sampel.....	66
3.3.1	Populasi.....	66
3.3.2	Sampel.....	66
3.4	Teknik Pengumpulan Data	68
3.4.1	Data Primer	68
3.4.2	Data Sekunder.....	68
3.5	Analisis Deskriptif	69
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	70
3.6.1	Model Pengukuran	70
3.6.2	Uji Validitas Konvergen	71
3.6.3	Uji Validitas Deskriminan	72
3.6.4	Uji Realibilitas.....	74
3.7	Metode Analisis Data	75
3.7.1	SEM.....	75
3.7.2	PLS	75
3.7.3	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	77
3.7.4	Model Analisis Persamaan Struktural	78

3.7.5	Uji Hipotesis.....	79
BAB IV	80
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	80
4.1	Pengumpulan Data	80
4.2	Karakteristik Responden	80
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
4.3	Hasil Penelitian	82
4.3.1.	Analisis Dekriptif	84
4.4	SEM	95
4.4.1	Pengukuran Model	95
4.4.2	Pengukuran Struktural.....	99
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V	113
KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	120

