

DAFTAR ISI

ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY JUAL BELI ONLINE	1
PADA APLIKASI TOKOPEDIA DAN SHOPEE DI KOTA BANDUNG	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
Daftar Tabel	11
Daftar Gambar	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.1.1 Profile Perusahaan	13
1.1.2 Visi dan Misi	13
1.1.3 Logo	14
1.1.4 Struktur	15
1.2 Latar Belakang	15
1.3 Perumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Kegunaan Penelitian	20
1.6 Sistematika Penulisan	21
BAB II	22
TINJAUAN PERPUSTAKAAN	22
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Brand	22
2.1.3 Brand Equity	24
2.1.4 Brand Awareness (Kesadaran Merek)	25
2.1.5 Brand Association (Asosiasi Merek)	27
2.1.6 Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	28
2.1.7 Perceived Quality (Persepsi Kualitas)	29
2.1.8 Perilaku Konsumen	31

2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Pemikiran	39
2.4	Hipotesis Penelitian	40
BAB III		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Operasional Variabel	42
3.3	Skala Pengukuran	46
3.4	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	47
3.5	Populasi Dan Sampel	48
3.5.1	Populasi	48
3.5.2	Sampel	49
3.6	Pengumpulan Data	50
3.6.1	Data Primer	50
3.6.2	Data Sekunder	51
3.7	Uji Validitas dan Sampel	51
3.7.1	Uji Validitas	51
3.7.2	Uji Reabilitas	53
3.8	Teknik Analisis Data	54
3.8.1	Analisis Deskriptif	54
3.8.2	Uji Normalitas	56
3.8.3	Uji T-Test	56
3.8.4	Uji Man Whitney	57
3.8.5	Pengujian Hipotesis	58
BAB IV		60
4.1	Karakteristik Responden	60
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	62
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan perbulan	64
4.2	Teknik Analisis Data	65
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Tokopedia	65
4.2.1.1	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Brand Awareness Tokopedia	65
4.2.1.2	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Brand Awareness Tokopedia.	68
4.2.1.3	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Perceived Quality Tokopedia.	70
4.2.1.4	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Brand Loyalty Tokopedia.	72
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Shopee	74
4.2.2.1	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Brand Awareness Shopee	74
4.2.2.2	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Brand Association Shopee	77
4.2.2.3	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Perceived Quality Shopee	79
4.2.2.4	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Brand Loyalty Shopee	81
4.3	Uji perbandingan Brand Equity Tokopedia dan Shopee.	84

4.3.1	Analisis Deskriptif Persentase	84
4.3.2	Uji Normalitas Data	85
4.3.3	Uji Beda Mann Whitney-Test	85
4.3.4	Uji Hipotesis	87
4.4	Pembahasan	87
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Brand Equity Tokopedia	87
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Brand Equity Shopee	89
4.4.3	Hasil Perbandingan Tokopedia dan Shopee	91
BAB V		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
5.2.3	Aspek Teoritis	94
5.2.4	Aspek Praktis	94
Daftar Pustaka		96
Lampiran 1		99
Lampiran 2		106
Lampiran 3		107
Lampiran 4		113