

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I – PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan & Manfaat Penelitian	7
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II – KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. <i>Brand</i>	11
2.1.1.1. Definisi dan Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	11
2.1.1.2. <i>Brand Equity</i>	12
2.1.1.3. <i>Personalized Marketing</i>	14
2.1.2. Pengukuran dan Sistem Manajemen <i>Brand Equity</i>	16
2.1.2.1. Mengukur sum <i>Brand Equity</i>	16
2.1.2.2. <i>Brand Value Chain</i>	17
2.1.2.3. Mengukur Sumber <i>Brand Equity</i>	17
2.1.2.4. Mengukur hasil (<i>Outcomes</i>) <i>Brand Equity</i>	18

2.1.3. Pengukuran <i>Brand Equity Financial Service</i>	20
2.1.3.1. Brand Loyalty	21
2.1.3.2. Kepuasan Terhadap Merek (<i>Brand Satisfaction</i>)	25
2.1.3.3. Reputasi Merek (<i>Brand Reputation</i>)	26
2.2. Kualitas <i>Website (Website Quality)</i>	26
2.3. Loyalitas Pelanggan	30
2.4. Kerangka Pemikiran	33
2.5. Hipotesis	34

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian	35
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	35
3.3. Metode Pengumpulan Data	35
3.4. Populasi dan Sample	36
3.5. Jenis dan Sumber Data	38
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	38
3.7. Variabel Penelitian	41
3.8. Teknis Analisis	43

BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	49
4.2. Analisis Deskriptif	53
4.2.1. <i>Brand Equity</i>	53
4.2.1.1. <i>Brand Loyalty</i>	53
4.2.1.1. <i>Attitudinal Loyalty</i>	53
4.2.1.2. <i>Word Of Mouth</i>	54
4.2.1.3. <i>Purchasing Loyalty</i>	55
4.2.1.4. <i>Future Intention</i>	56
4.2.1.2. <i>Satisfaction</i>	57

4.2.1.3. <i>Reputation</i>	58
4.2.3.1. <i>Brand Reliability</i>	59
4.2.3.2. <i>Brand Intention</i>	60
4.2.2. <i>Website Quality</i>	61
4.2.2.1. <i>Information Quality</i>	61
4.2.2.2. <i>System Quality</i>	62
4.2.3. <i>Loyalitas Terhadap Internet Banking</i>	64
4.3. <i>Pengujian Data dan Instrumen</i>	65
4.3.1. <i>Uji Reliabilitas</i>	65
4.3.2. <i>Uji Validitas</i>	66
4.3.3. <i>Analisis Faktor</i>	66
4.4. <i>Analisis Regresi</i>	71
4.4.1. <i>Uji Asumsi Klasik</i>	71
4.4.1.1. <i>Uji Heterokedasitas</i>	71
4.4.1.2. <i>Uji Multikolinearitas</i>	76
4.4.2. <i>Analisis Pengaruh Brand Equity dan Website Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking</i>	77
4.4.2.1. <i>Uji F</i>	77
4.4.2.2. <i>Uji T</i>	78
BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. <i>Kesimpulan</i>	82
5.2. <i>Kegunaan Penelitian</i>	83
5.3. <i>Saran Untuk Penelitian Selanjutnya</i>	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89
RIWAYAT HIDUP	102