DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... ……i
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI…...…….ii
PERNYATAAN KEASLIAN…...……iii
ABSTRAK…….iv
ABSTRACT……v
MOTTO……...
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI……viii
DAFTAR GAMBAR……xii
DAFTAR TABEL……xiii
DAFTAR LAMPIRAN……...xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…….1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah…….9
1.2.1 Identifikasi Masalah…….9
1.2.2 Rumusan Masalah…….9
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian……..10
1.3.1 Maksud Penelitian……..10
1.3.2 Tujuan Penelitian…….10

1.4 Kegunaan Penelitian……11

1.4.1 Kegunaan Praktis……...11

1.4.2 Kegunaan Akademis……..11

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian……...12

1.5.1 Lokasi Penelitian……12

1.5.2 Waktu Penelitian…….....12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka……14

2.1.1 Brand Awareness…..……14

2.1.1.1 Pengertian Brand Awareness……15

2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Brand Awareness……..16

2.1.1.3 Indikator Kesadaran Merek(Brand Awareness)…….……..17

2.1.2 Persepsi Resiko...……..18

2.1.2.1 Pengertian Persepsi Resiko..……..18

2.1.2.2 Indikator Persepsi Resiko…..……..19

2.1.3 Minat Beli……...……...20

2.1.3.1 Pengertian Minat Beli…….23

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli…….21

2.1.3.3 Indikator Minat Beli……. ……..21

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu…….....23

2.2 Kerangka Pemikiran……...26

2.2.1 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli……..……28

2.2.2 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli…….....30

2.2.3 Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Resiko

Terhadap Minat beli Konsumen……..……...32

2.3 Hipotesis……34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian…….35

3.2 Metode Penelitian……...35

3.2.1 Desain Penelitian…….....37

3.2.2 Operasionalisasi Variabel…….....40

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data……..44

3.2.3.1 Sumber Data……44

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data……45

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data……...….47

3.2.4.1 Uji MSI……48

3.2.4.2 Uji Validitas……..50

3.2.4.3 Uji Reliabilitas…….53

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis……57

3.2.5.1 Rancangan Analisis…….57

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif……..57

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif…….59

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis…….62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan……66

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan...…….66

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan…..……67

4.1.2.1 Job Desciption……..…….……..68

4.1.3 Karakteristik Responden……...……..69

4.2.1 Data Responden…..……....70

4.3 Analisis Deskriptif……..…….71

4.3.1 Kesadaran Merek konsumen pada online store DSVN Bandung…….....72

4.3.2 Persepsi Risiko Konsumen pada Online Store DSVN Bandung…….....77

4.3.3 Minat Beli Konsumen pada Online Store DSVN Bandung…….....81

4.4 Analisis Verifikatif…….……..90

4.4.1 Regresi Linier Berganda.……..……91

4.4.2 Koefisien Korelasi…..….……92

4.4.3 Pengujian Hipotesis…….95

4.4.4 Koefisien Determinasi……103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan……105

5.2 Saran…….....…….106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
2.1	Skema Paradigma Penelitian	33
3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Dalam Pengujian Secara Parsial	61
3.2	Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Dalam Pengujian Secara Simultan	63
4.1	Struktur Organisasi DSVN onlinestore Bandung	65
4.2	Garis Kontinum Persepsi Mengenai Kesadaran Merk Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	76
4.3	Garis Kontinum Persepsi Risiko Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	81
4.4	Garis Kontinum Mengenai Minat Beli Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	89
4.5	Kurva Hipotesis Simultan Pengaruh Kesadaran Merk dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen pada Online Store Bandung	97
4.6	Kurva Hipotesis Parsial Pengaruh Kesadaran Merk Terhadap Minat Beli Konsumen	99
4.7	Kurva Hipotesis Parsial Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen	102

DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
1.1	Gambaran Rata-rata pengunjung website 6 bulan terakhir	3
1.2	Hasil Survey awal pada konsumen yang pernah berbelanja secara online	4
1.3	Pelaksanaan Penelitian	12
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	27
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Operasionalisasi Variabel	42
3.3	Skala Likert	48
3.4	Standar Penilaian Untuk Validitas	51
3.5	Standar Penilaian Untuk Reliabilitas	54
3.6	Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden	57
3.7	Tingkat Keeratan Kolerasi	59

No	Nama Tabel	Halaman
4.1	Profil Responden Berdasrkan Jenis Kelamin	68
4.2	Profil Responden Berdasrkan Usia	69
4.3	Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas	70
4.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner	71
4.5	Tanggapan Responden Tentang Pilihan Utama	72
4.6	Tanggapan Responden Tentang Pengingatan Kembali	73
4.7	Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Merek	74
4.8	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merk Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	75
4.9	Tanggapan Responden Tentang Risiko Produk	77
4.10	Tanggapan Responden Tentang Risiko Transaksi	78
4.11	Tanggapan Responden Tentang Risiko Psikologis	79

No	Nama Tabel	Halaman
4.12	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Risiko Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	80
4.13	Tanggapan Responden Tentang Minat Transaksional	82
4.14	Tanggapan Responden Tentang Minat Referensial	83
4.15	Tanggapan Responden Tentang Minat Preferensial-P1	84
4.16	Tanggapan Responden Tentang Minat Preferensial-P2	85
4.17	Tanggapan Responden Tentang Minat Eksploratif-P1	86
4.18	Tanggapan Responden Tentang Minat Eksploratif-P2	87
4.19	Tanggapan Responden Tentang Minat Eksploratif-P3	88
4.20	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Konsumen pada Online Store DSVN Bandung	89
4.21	Hasil Regresi Linier Berganda	91
4.22	Koefisien Korelasi Parsial	93

4.23	Koefisien Korelasi Simultan	94
4.24	Uji F (Simultan)	96
4.25	Uji t (Parsial) Pengaruh Kesadaran Merk Terhadap Minat Beli Konsumen	99
4.26	Uji t (Parsial) Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen	101
4.27	Koefisien Determinasi Simultan	103
4.28	Koefisien Determinasi Parsial	104

DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran	Halaman
1.	Surat Permohonan Penelitian	
2.	Surat Balasan dari Perusahaan	
3.	Lembar Kuesioner	
4.	Biodata	
5.	Lampiran lainnya(Jika Ada)	