

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	11
1.4    Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1    Landasan Teori .....	14
2.1.1    Consumer Behavior.....	14
2.1.2    Financial Technology.....	18
2.1.3    Digital Wallets .....	20
2.1.4    Brand Image .....	22
2.1.5    Brand Experience .....	23

2.1.6	Brand Trust .....	25
2.1.7	Brand Satisfaction .....	27
2.1.8	Brand Loyalty.....	29
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	31
2.2.1	Pengaruh Antara Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	31
2.2.2	Pengaruh Antara Brand Experience Terhadap Brand Loyalty.....	33
2.2.3	Pengaruh Antara Brand Trust Terhadap Brand Loyalty .....	34
2.2.4	Pengaruh Antara Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty.....	35
2.3	Penelitian Terdahulu.....	36
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.5	Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1	Populasi.....	43
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Metode Analisis.....	46
3.5.1	Uji Validitas .....	46
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	46
3.5.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	47
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.5.5	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.6	Uji Kelayakan Model .....	50

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Profil Umum .....	54
4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	54
4.1.3 Produk dan Layanan.....	55
4.1.4 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan .....	57
4.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	58
4.2.1 Deskripisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
4.3.1 Deskripsi Variabel Brand Image (X1) .....	61
4.3.2 Deskripsi Variabel Brand Experience (X2) .....	62
4.3.3 Deskripsi Variabel Brand Trust (X3).....	63
4.3.4 Deskripsi Variabel Brand Satisfaction (X4) .....	63
4.3.5 Deskripsi Variabel Brand Loyalty (Y).....	64
4.4 Analisis Data .....	65
4.4.1 Uji Validitas .....	65
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	67
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
4.4.5 Goodness of Fit .....	72
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian .....	75
4.5.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	75
4.5.2 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty.....	77

4.5.3	Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty .....	79
4.5.4	Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty.....	81
BAB V PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Implikasi Manajerial.....	84
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	87
5.4	Saran Penelitian Mendatang .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....		88
LAMPIRAN.....		91