

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
INTISARI .....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II GAMBARAN UMUM .....	15
2.1 Kondisi Umum Objek Penelitian .....	15
2.2 Tinjauan Literatur .....	16
2.2.1 Grand Theory (Marketing Mix Theory) .....	16
2.2.2 Co-Branding .....	20
2.2.3 Literasi Digital .....	24
2.2.4 User Interface .....	28
2.2.5 Minat Penggunaan .....	32
2.2.6 Bank Digital .....	34
2.3 Penelitian Terdahulu .....	37
2.4 Hipotesis Penelitian .....	40
2.5 Kerangka Penelitian .....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	45
3.1 Desain Penelitian .....	45

3.2 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4 Populasi dan Sampel .....	47
3.5 Definisi Operasional .....	51
3.6 Teknik Analisis Data .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	59
4.2 Uji Kualitas Data .....	65
4.2.1 Uji Validitas .....	65
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	67
4.3.1 Uji Normalitas .....	67
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	67
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	69
4.5 Uji Hipotesis .....	70
4.5.1 Uji T .....	70
4.5.2 Uji F .....	72
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.6 Interpretasi Hasil Analisis .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>