

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN.....	9
2.1 Profil Perusahaan.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1. Merek\.....	10
2.2.2. Ekuitas Merek.....	11
2.2.3. <i>E-Money</i>	21
2.4. Definisi Operasional.....	24
2.5. Desain Penulisan.....	25
2.5.1. Metode Penulisan.....	25
2.5.2. Unit Analisis.....	26
2.5.3. Desain Sampel.....	26
2.5.4. Lokasi dan Waktu.....	27
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	28
3.1. Responden Penelitian.....	28
3.2. Pembahasan.....	28
3.2.1. Tingkat Kesadaran (Brand Awareness).....	29
3.2.2. Asosiasi Merek (<i>Brand Associations</i>).....	32
3.2.3. Persepsi Kualitas (<i>Percieved Quality</i>).....	35
3.2.4. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	38
3.3. Data Pengambilan Kesimpulan.....	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
4.1 Kesimpulan.....	45
4.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	1