

DAFTAR ISI

MOTTO	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.5.2 Waktu Penelitian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	 12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Brand Trust</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	12
2.1.1.2 Dimensi <i>Brand Trust</i>	15
2.1.2. <i>Customer Confidence</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Customer Confidence</i>	18
2.1.2.2 Elemen <i>Customer Confidence</i>	21
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Hipotesis.....	29
 BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	 31
3.1 Objek Penelitian	31
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	31
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk... 33	
3.2 Metode Penelitian.....	34

3.2.1 Jenis Penelitian	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.3.2 Populasi Sasaran	44
3.2.3.3 Penentuan Sampel	46
3.2.4 Model Penelitian.....	49
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.2.6 Nilai Jenjang Interval (NJI) dan Klasifikasi Penilaian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian.....	62
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	62
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	62
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.2 Analisis Data Penelitian	65
4.1.2.1 Uji Kualitas Data.....	65
4.1.2.2 Uji Statistik Deskriptif	68
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik	69
4.1.2.4 Uji Hipotesis	72
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 <i>Brand Trust</i> pada Aplikasi <i>Wondr by</i> BNI di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	76
4.2.2 <i>Customer Confidence</i> di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. ..	87
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> pada Aplikasi <i>Wondr by</i> BNI terhadap <i>Customer Confidence</i> di PT. Bank Negara Indonesia (Persero)Tbk.	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107
BIODATA PENULIS.....	141

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan	Halaman
1. 1	Jadwal Penelitian.....	11
2. 1	Penelitian Terdahulu.....	23
3. 1	Operasional Variabel	35
3. 2	Skala Pengukuran.....	44
3. 3	Klasifikasi Penilaian untuk Skor Total Indikator <i>Brand Trust</i> dan <i>Customer Confidence</i>	60
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4. 3	Uji Validitas.....	65
4. 4	Uji Reliabilitas	67
4. 5	Uji Statistik Deskriptif	69
4. 6	Uji Normalitas	70
4. 7	Uji Heteroskedastisitas	71
4. 8	Uji Koefisien Determinasi	72
4. 9	Uji T	74
4. 10	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Brand Trust</i>	78
4. 11	Rekapitulasi <i>Brand Trust</i>	78
4. 12	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel <i>Brand Trust</i> Secara Keseluruhan.....	86
4. 13	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Customer Confidence</i> ..	89
4. 14	Rekapitulasi <i>Customer Confidence</i>	90
4. 15	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel <i>Customer Confidence</i> Secara Keseluruhan	97

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Keterangan	Halaman
2. 1	Kerangka Pemikiran.....	29
3. 2	Model Penelitian	51
4. 1	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4. 2	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Keterangan	Halaman
1	Dokumentasi Foto	107
2	Kuesioner Penelitian	108
3	Rekap Angket.....	112
4	Hasil Uji Validitas	123
5	Hasil Uji Reliabilitas	124
6	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	125
7	Hasil Uji Normalitas	126
8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	127
9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	128
10	Hasil Uji T.....	129
11	Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	130
12	Hasil Deskripsi Data Penelitian <i>Brand Trust</i> Aplikasi <i>Wondr</i> by BNI.....	131
13	Hasil Deskripsi Data Penelitian <i>Customer Confidence</i>	136