

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 <i>Brand Image</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.1.1.2 Dimensi <i>Brand image</i>	13
2.1.2 Minat	16
2.1.2.1 Pengertian Minat	16
2.1.2.2 Elemen Minat	18
2.1.3 Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BRImo	19
2.2 Kerangka Pemikiran	28

2.3 Hipotesis.....	34
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	35
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	38
3.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	39
3.1.4 <i>Job Description</i> PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.....	40
3.2 Metode Penelitian	51
3.2.1 Jenis Penelitian	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	53
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	58
3.2.3.2 Populasi Sasaran	61
3.2.3.3 Penentuan Sampel	62
3.2.4 Model Penelitian.....	67
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	74
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	74
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
4.1.2 Analisis Data Penelitian.....	76
4.1.2.2 Method of Successive Interval (MSI)	79
4.1.2.3 Uji statistik deskriptif.....	83
4.1.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.1 <i>Brand Image</i> Aplikasi BRImo pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	92
4.2.2 Minat Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk.....	102
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Aplikasi Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	118

5.1 Simpulan	118
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jadwal Peneltian.....	13
2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Skala Pengukuran.....	60
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.3	Uji Validitas.....	77
4.4	Uji Reliabilitas	78
4.5	Uji Statistik Deskriptif	83
4.6	Uji Normalitas.....	85
4.7	Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.8	Uji T	89
4. 9	Uji Koefisien Determinasi	90
4.10	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Brand Image</i>	94
4.11	Rekapitulasi <i>Brand Image</i>	95
4.12	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel <i>Brand Image</i> Secara Keseluruhan	101
4.13	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Minat	104
4.14	Rekapitulasi Minat Nasabah	105
4.15	Penilaian Untuk Indikator Variabel Minat Nababah Secara Keseluruhan	113

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	33
3.1	Struktur Organisasi.....	39
3.2	Model Penelitian	68

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
1	Dokumentasi Foto	126
2	Kuesioner	127
3	Rekap Angket	130
4	Hasil <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	130
5	Hasil Uji Validitas	140
6	Hasil Uji Reliabilitas	141
7	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	141
8	Hasil Uji Normalitas	142
9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	142
10	Hasil Uji T.....	143
11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	143
12	Hasil Deskripsi Data Penelitian	143
13	Hasil Deskripsi Data Penelitian <i>Brand Image</i> Aplikasi BRIImo	144
14	Hasil Deskripsi Minat	147