

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TEBEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4. Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1. Landasan Teori	13
2.1.2. Penelitian Terdahulu	31
2.2. Kerangka Berfikir	36
2.3. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1. Variabel Penelitian	42

3.1.2. Definisi Operasional	44
3.2. Populasi dan Sampel	47
3.2.1. Populasi	47
3.2.2. Sampel	47
3.2.3. Teknik Pengukuran Sampel	47
3.2.4. Teknik Penarikan Sampel	49
3.3. Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1. Jenis Data	50
3.3.2. Sumber Data	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Metode Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.2. Gambaran Umum Responden	63
4.1.2.1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.2.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	65
4.1.2.4. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.2.5. Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	66
4.1.2.6. Gambaran Responden Berdasarkan Pembelian Pertahun	67
4.1.2.7. Gambaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	68
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	69
4.2.1. Variabel Citra Merek (X1)	70
4.2.2. Variabel Kualitas Layanan (X2)	72
4.2.3. Variabel Kepercayaan Pelanggan (Y1)	74
4.2.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	76
4.3. Analisis Data	78
4.3.1. Uji Uji Reabilitas dan Validitas	78
4.3.1.1. Uji Validitas	78
4.3.1.2. Uji Reabilitas	79

4.4. Uji Asumsi Klasik	80
4.4.1. Uji Normalitas	80
4.4.2. Uji Multikolinearitas	85
4.4.2. Uji Heteroskedastisitas	86
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	89
4.6. Uji Goodness of Fit	91
4.6.1. Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.6.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	92
4.6.3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	93
4.6.4. Pembahasan Hasil Regresi	97
4.7. Pembahasan	98
4.7.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	99
4.7.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4.7.3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian	103
BAB V PENUTUP	106
5.1. Simpulan	106
5.2. Keterbatasan Penelitian	107
5.3. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116