

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
1.3.1 Tujuan Penelitian	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	17
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Citra Merek	19
2.1.2 Preferensi Konsumen	21
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.4 Kepercayaan.....	24
2.1.5 Persepsi Harga.....	25
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	40
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.2 Pengaruh Prefensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	41

2.3.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.5	Hipotesis Penelitian	48
BAB III		49
3.1	Variabel Penelitian.....	49
3.1.1	Variabel Independen	49
3.1.2	Variabel Dependen.....	50
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.3.1	Data Primer	52
3.3.2	Data Sekunder	52
3.4	Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel.....	53
3.4.3	Teknik Penentuan Ukuran Sampel.....	53
Sumber: Dikembangkan dalam penelitian, 2018.		54
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	55
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1	Analisis Deskriptif	56
3.6.2	Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	56
3.6.2.1	Uji Validitas	56
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	57
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	57
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	57
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas.....	59
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.6.5	Uji Hipotesis	62

3.6.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
3.6.5.2	Uji statistik F	63
3.6.5.3	Uji statistik t	63
BAB IV		64
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	64
4.2	Gambaran Umum Responden	65
4.2.1	Persebaran Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.2	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.3	Persebaran Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Biaya Hidup per Bulan	67
4.2.4	Persebaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi Go-Ride... 67	
4.2.5	Persebaran Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Go-Ride per Bulan	68
4.2.6	Persebaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan Go- Ride	69
4.2.7	Persebaran Responden Berdasarkan Jumlah Rata-rata Pemakaian Go-Ride per Bulan	70
4.3	Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	71
4.3.1	Uji Validitas	71
4.3.2	Uji Reliabilitas	73
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.1	Uji Normalitas	74
4.4.1.1	Analisis Grafik	74
4.4.1.2	Uji Kolmogorov Smirnov	75
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	76
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.4.3.1	Grafik Plot.....	77
4.4.3.2	Uji Glejser	78
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.6	Uji Hipotesis	81
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.6.2	Uji Statistik (Uji F)	82

4.6.3	Uji Statistik t	83
4.7	Interpretasi Hasil.....	85
4.7.1	Pengaruh variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	85
4.7.2	Pengaruh variabel Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.7.3	Pengaruh variabel <i>word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.	88
4.7.4	Pengaruh variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian ...	89
4.7.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	90
BAB V		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
5.2.1	Implikasi Kebijakan BELUM FIX.....	94
5.2.2	Saran penelitian mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		99