

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian	22
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	22
2.2.2 Persepsi Kemanfaatan.....	26
2.2.3 Kepercayaan Konsumen	28
2.2.4 Keputusan Pembelian	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	34

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan	
Konsumen.....	34
2.3.2 Hubungan Persepsi Kemanfaatan dengan Kepercayaan Konsumen	35
2.3.3 Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan Keputusan Pembelian	36
2.3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .	37
2.3.5 Hubungan Persepsi Kemanfaatan dengan Keputusan	
Pembelian	38
2.4 Penelitian Terdahulu.....	39
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.6 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.1.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	42
3.1.1.2 Variabel Antara (<i>Intervening Variable</i>).....	42
3.1.1.3 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel	45
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Data Primer	46
3.3.2 Data Sekunder.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.4.1 Kuisisioner.....	47
3.4.2 Studi Pustaka	48
3.5 Metode Analisis	48
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	57

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	58
4.1.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Jenis Kelamin dan Usia.....	60
4.1.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Jenis Kelamin dan Pendapatan Responden....	61
4.1.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Jenis Kelamin dan Pekerjaan Responden	63
4.1.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Usia dan Pekerjaan Responden.....	64
4.1.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Usia dan Pendapatan Responden	65
4.1.2.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Pekerjaan dan Pendapatan Responden.....	67
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	68
4.2.1	Angka Indeks	69
4.2.1.1	Analisis Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	70
4.2.1.2	Analisis Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemanfaatan	71
4.2.1.3	Analisis Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	73
4.2.1.4	Analisis Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	75
4.3	Proses dan Analisis Data	76
4.3.1	Analisis Konfirmatori	77
4.3.2	Analisis Full Model Structural Equation Modelling	81
4.3.3	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	83
4.3.3.1	Normalitas Data	83
4.3.3.2	Evaluasi Outliers.....	85

4.3.3.3 Evaluasi Multikolinearitas	87
4.3.3.4 Evaluasi Terhadap Nilai Residual.....	87
4.3.3.5 <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	88
4.3.3.6 <i>Sobel Test</i>	89
4.4 Pengujian Hipotesis	93
4.5 Interpretasi Hasil.....	95
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan	
Konsumen.....	95
4.5.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Kepercayaan	
Konsumen	97
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan	
Pembelian	98
4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan	
Pembelian	100
4.5.5 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan	
Pembelian	101
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Ringkasan Penelitian	103
5.2 Kesimpulan.....	104
5.3 Implikasi Teoritis.....	106
5.4 Implikasi Manajerial.....	108
5.5 Saran Penelitian Mendatang	111
5.6 Keterbatasan Penelitian	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN A KUISIONER.....	117
LAMPIRAN B DATA KUISIONER.....	126
LAMPIRAN C OUTPUT DATA.....	189