

DAFTAR ISI

	halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.2 Variabel Yang Digunakan	12
2.2.1 Kualitas Produk	12
2.2.2 Inovasi Produk	15
2.2.3 Kepercayaan Merek	18
2.2.4 Keputusan Pembelian	20
2.2.4.1 Proses Keputusan Pembelian	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Kualitas Produk dengan Kepercayaan Merk.....	23
2.3.2 Inovasi Produk dengan Kepercayaan Merk	24
2.3.3 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.4 Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.5 Kepercayaan Merek dengan Keputusan Pembelian	26
2.4 Penelitian Terdahulu	27
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.6 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31

3.1.1	Variabel Penelitian	31
3.1.1.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	31
3.1.1.2	Variabel Antara (<i>Intervening Variable</i>).....	31
3.1.1.3	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	32
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1	Kuisisioner	36
3.4.2	Studi Pustaka	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1.1	Uji Reliabilitas	37
3.5.1.2	Uji Validitas	37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	38
3.5.2.1	Uji Normalitas	38
3.5.2.2	Uji Multikolineritas	39
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.3	Uji Regresi Linier Berjenjang	40
3.5.4	Pengujian Hipotesis (Goodness of Fit).....	41
3.5.4.1	Uji F (Uji Simultan).....	41
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	40
3.5.4.2	Uji Statistik t (Uji Parsial)	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Diskripsi Objek Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2	Perkembangan Produk Motor Sport Suzuki di Indonesia	45
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	45
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.2.1	Analisis Angka Indeks	47
4.2.1.1	Analisis Indeks Variabel Kualitas Produk	49
4.2.1.2	Analisis Indeks Variabel Inovasi Produk.....	50
4.2.1.3	Analisis Indeks Variabel Kepercayaan Merek.....	51
4.2.1.4	Analisis Indeks Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	53

4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	54
4.3.1.1 Uji Reliabilitas	54
4.3.1.2 Uji Validitas	55
4.3.2 Asumsi Klasik	56
4.3.2.1 Uji Normalitas	56
4.3.2.2 Uji Multikolineritas	60
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	64
4.3.4 Pengujian Hipotesis (Goodness of Fit).....	67
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	67
4.3.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.3.4.3 Uji Statistik t (Uji Parsial)	69
4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek	71
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Merek	73
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	75
4.4.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	76
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Implikasi Teoritis	83
5.2.2 Implikasi Kebijakan	85
5.3 Saran Penelitian Mendatang.....	87
5.4 Keterbatasan Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN A KUISIONER.....	93
LAMPIRAN B TABULASI DATA	101
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	106