

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2.1 Citra Merek.....	12
2.2.2 Kualitas Layanan	15
2.2.3 Kepercayaan Pelanggan.....	18
2.2.4 Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Citra Merek dengan Kepercayaan Pelanggan.....	27
2.3.2 Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Pelanggan.....	27
2.3.3 Kepercayaan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian	28
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.5 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.1.1 Variabel Penelitian	31
3.1.2 Definisi Operasional.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi	34

3.2.2 Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Metode Analisis	37
3.5.1 Analisis Data Kuantitatif	38
3.5.2 Uji Instrumen	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	39
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Multikolinieritas	39
3. Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.5.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	41
1. Uji t	42
2. Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)	42
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Pendahuluan	44
4.2 Gambaran Umum Responden	44
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	47
4.3 Analisis Deskriptif	47
4.3.1 Analisis Pengaruh Variabel Citra Merek	49
4.3.2 Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Layanan	50
4.3.3 Analisis Pengaruh Variabel Kepercayaan Pelanggan	51
4.3.4 Analisis Pengaruh Variabel Keputusan Pembelian	52
4.4 Analisis Data	54
4.4.1 Uji Instrumen	54
4.4.1.1 Uji Validitas	54
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.2.1 Uji Normalitas	55
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	58
4.4.2.3 Uji Heterokedasitas	59
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.4.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	63
4.4.4.1 Uji t	63

4.4.4.2 Uji F	65
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.5 Pembahasan	68
4.5.1 Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan	68
4.5.2 Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	69
4.5.3 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis	72
5.2 Saran	73
5.2.1 Implikasi Kebijakan.....	73
5.2.2 Saran Penelitian yang akan datang	76
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA	78