

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.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2.1 Citra Merek.....	10
2.2.2 Kualitas Produk	13
2.2.3 Kepercayaan Pelanggan.....	17
2.2.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.2.1 Citra Merek dengan Kepercayaan Pelanggan.....	23
2.2.2 Kualitas Produk dengan Kepercayaan Pelanggan	24
2.2.3 Kepercayaan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian	24
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1 Variabel Penelitian	27
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	28

3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Metode Analisis Data	34
3.5.1 Uji Instrumen.....	35
1. Uji Validitas	35
2. Uji Reabilitas.....	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	36
1. Uji Normalitas.....	36
2. Uji Multikolinieritas.....	37
3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.3 Uji <i>Goodness of Fit</i>	38
1. Uji F (Uji Simultan)	38
2. Uji Statistik t (Uji Parsial).....	38
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.5.4 Analisis Regresi Berganda	39
3.6. Metode Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Responden	42
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Fakultas	44
4.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Tiap Variabel.....	45
4.1.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	46
4.1.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
4.1.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Pelanggan	50
4.1.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	52
4.2 Analisis Data	54
4.2.1 Uji Instrument.....	54
4.2.1.1 Uji Validitas	54
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.2.1 Uji Normalitas	56
4.2.2.2 Uji Multikolonieritas	59
4.2.2.3 Uji Heterokedasitas	60

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.2.4 <i>Goodness of Fit</i>	64
4.2.4.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2.4.2 Uji Simultan (uji F)	65
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t).....	66
4.2.5 Uji Sobel.....	68
4.3 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis	76
5.1.1 Kesimpulan Masalah Penelitian	77
5.2 Implikasi Teoritis	78
5.3 Implikasi Manajerial	80
5.4 Keterbatasan Penelitian	83
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang	84
DAFTAR PUSTAKA	85