

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Definisi Sikap Merek.....	11
2.1.2 Definisi Kepercayaan.....	15
2.1.3 Efek Komunitas.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Model Penelitian.....	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Definisi Konseptual Variabel.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel..	24
3.1.1 Variabel Penelitian.....	24
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5 Metode Analisis data.....	30
3.5.1 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	30
3.5.1.1 Uji Validitas.....	30
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5.2 Uji Asumsi klasik.....	31
3.5.2.1 Uji Multikolonieritas.....	31
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.5.2.3 Uji Normalitas.....	33
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.5.4 Uji Hipotesis.....	51
3.5.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial....	35

	3.5.4.2 Signifikansi Simultan.....	36
	3.5.4.3 Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
	4.1 Gambaran Umum Responden.....	39
	4.2 Analisis Data.....	44
	4.2.1 Analisi Deskripsi Variabel.....	44
	4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
	4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
	4.2.4 Analisis Regresi Berganda.....	62
	4.2.5 Uji t.....	64
	4.2.6 Uji F.....	66
	4.2.7 Koefisien Determinasi.....	68
	4.3 Pembahasan.....	69
BAB V	PENUTUP	77
	5.1 Kesimpulan	77
	5.2 Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA.....	80
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	83