

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Penelitian Doney dan Cannon (1997) atas Reputasi Perusahaan dengan Kepercayaan pada Perusahaan	11
2.1.2 Penelitian Morgan dan Hunt atas Kepercayaan	12
2.1.3 Penelitian Byoungho Jin, Jin Yong Park dan Jiyong Kim.....	14

2.1.4	Penelitian Wen-Jang (Kenny) Jih, Su Fang Lee dan Yuang – Cheng Tsai.....	15
2.2	Reputasi Perusahaan	16
2.3	Kualitas Layanan	18
2.4	Kepercayaan Pada Perusahaan.....	21
2.5	Hubungan Jangka Panjang.....	22
2.6	Hubungan antara Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Pengecer pada Perusahaan	23
2.7	Hubungan Kualitas Layanan dan Kepercayaan pada Perusahaan	25
2.8	Hubungan Kepercayaan pada Perusahaan dan Hubungan Jangka Panjang	27
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.10	Hipotesis Penelitian	29
2.11	Dimensionalisasi Variabel	30
2.11.1	Variabel Reputasi Perusahaan.....	30
2.11.2	Variabel Kualitas Layanan	31
2.11.3	Variabel Kepercayaan pada <i>Authorized Dealer</i>	32
2.11.4	Variabel Hubungan Jangka Panjang	33
2.12	Definisi Operasional Variabel	33

BAB III	METODE PENELITIAN.....	35
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4	Teknik Analisis	39
3.5	Uji Validitas	49
3.6	Uji Realibilitas	50
3.7	Uji Normalitas.....	50
BAB IV	ANALISIS DATA	51
4.1	Deskripsi Responden	51
4.1.1	Responden Menurut Umur.....	52
4.1.2	Responden Menurut Jenis Kelamin	52
4.1.3	Responden Berdasarkan Lama Menjadi <i>Reseller</i>	53
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3	Statistik Deskriptif	56
4.3.1	Reputasi <i>Authorized Dealer</i>	57
4.3.2	Kualitas Layanan.....	59
4.3.3	Kepercayaan pada <i>Authorized Dealer</i>	60
4.3.4	Hubungan Jangka Panjang	62
4.4	Proses dan Hasil Analisis Data	64
4.4.1	Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori.	64

4.4.2	Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur	65
4.4.3	Langkah 3 : Persamaan Struktural dan Model Pengukuran	65
4.4.4	Langkah 4 : Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi.....	65
4.4.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori.....	67
4.4.4.1.1	Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen	67
4.4.4.1.2	Analisis Faktor Konfirmatori Endogen.....	71
4.4.4.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	74
4.4.5	Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi	78
4.4.6	Langkah 6 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	78
4.4.6.1	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	78
4.4.6.2	Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	79
4.4.6.3	Uji Normalitas Data	81
4.4.6.4	Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas.....	82
4.4.6.5	Uji Kesesuaian <i>Goodness of Fit</i>	83
4.4.7	Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model	83
4.5	Uji Realibilitas dan <i>Variance Extract</i>	85
4.5.1	<i>Construct Reliability</i>	85
4.5.2	<i>Variance Extract</i>	85

4.6 Pengujian Hipotesis Penelitian	87
4.6.1 Uji Hipotesis I	88
4.6.2 Uji Hipotesis II	88
4.6.3 Uji Hipotesis III	89
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	90
5.1 Ringkasan Penelitian	90
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian	92
5.2.1 Pengaruh Reputasi Terhadap Kepercayaan pada <i>Authorized Dealer</i>	92
5.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan pada <i>Authorized Dealer</i>	93
5.2.3 Pengaruh Kepercayaan pada <i>Authorized Dealer</i> Terhadap Hubungan Jangka Panjang	94
5.3 Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian	95
5.4 Implikasi Teoritis	97
5.5 Implikasi Manajerial	99
5.6 Keterbatasan Penelitian	104
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	104

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP