

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah	8
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Tinjauan Teori	10
2.1.1. Kepercayaan	10
2.1.2. Harga	16
2.1.3. Kualitas Produk	19
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	21
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	29
2.4.1. Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.4. Hubungan Kepercayaan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian	31
2.4. Hipotesis	32
2.5. Model Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34

3.1.	Desain Riset	34
3.2.	Jenis dan Sumber Data	35
3.2.1.	Jenis Data	35
3.2.2.	Sumber Data	36
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3.1.	Populasi	36
3.3.2.	Sampel	37
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4.	Definisi Operasional Variabel	38
3.5.	Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1.	Deskriptif Data / Karakteristik Responden	49
4.1.2.	Uji Instrumen	53
4.1.2.1.	Uji Validitas	53
4.1.2.2.	Uji Reliabilitas	58
4.1.3.	Uji Asumsi Klasik	58
4.1.3.1.	Uji Multikolinearitas	58
4.1.3.2.	Uji Heteroskedastisitas	60
4.1.3.3.	Uji Autokorelasi	60
4.1.4.	Uji Hipotesis	61
4.1.4.1.	Regresi Linear Berganda	61
4.1.4.2.	Uji Parsial (Uji t)	63
4.1.4.4.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	65
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.2.1.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.2.4.	Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.2.5.	Pengaruh Kualitas Produk Sebagai Faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.3.	Temuan Penelitian	70
4.4.	Keterbatasan Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1.	Kesimpulan	72
5.2.	Saran	73
5.2.1.	Bagi Perusahaan	74
5.2.2.	Bagi Penelitian Selanjutnya	77
5.3.	Implikasi Penelitian	78
5.3.1.	Implikasi Praktisi	78
5.3.2.	Implikasi Teoritis	79

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
2.1.	Penelitian Terdahulu	26
3.1.	Skala Likert	35
3.2.	Operasional Variabel	39
3.3.	Nilai Range Uji Reabilitas	42
3.4.	Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	45
4.1.	Uji Validitas	54
4.2.	Uji Reliabilitas	58
4.3.	Uji Mutlikolinearitas	59
4.4.	Uji Autokorelasi	61
4.5.	Uji Regresi Linear Berganda	62
4.6.	Uji Parsial (Uji t)	63
4.7.	Uji Secara Bersama-sama (Uji F)	65
4.8.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	66

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1.	Pertalite Bahan Bakar Baru Pertamina	2
1.2.	Harga Jual BBM Umum Per Liter Di SPBU	4
1.3.	Untung Rugi Pakai Pertalite	4
1.4.	Hasil Pra Survey	6
2.1.	Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	23
2.2.	Model Penelitian	33
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian	52
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	53
4.6.	Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1.	Kuesioner Pra Survey	83
2.	Kuesioner	85
3.	Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	88
4.	Data Karakteristik Responden	89
5.	Data 30 Responden	91
6.	Data 150 Responden	92
7.	Hasil Uji Validitas 30 Responden	97
8.	Hasil Uji Reliabilitas All Variables	100
9.	Hasil Uji Asumsi Klasik	100
10.	Hasil Uji Hipotesis	102