DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR..... vii

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR LAMPIRAN... xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifkasi masalah dan Rumusan Masalah 11

1.2.1 Identifikasi Masalah 11

1.2.2 Rumusan Masalah 12

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....12

1.3.1 Maksud Peneltian.....12

1.3.2 Tujuan Penelitian 13

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.4.1 Kegunaan Praktis 14

1.4.2 Kegunaan Akademis 14

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 16

2.1.1 Pengertian Kepercayaan Merek 16
2.1.2 Sikap Konsumen 21
2.1.2.1 Pengertian Sikap Konsumen 21
2.1.3 Keputusan Pembelian 25
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....25
2.1.3.2 Pihak – Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian 25
2.1.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....26
2.1.4 Keterkaitan Antar Variabel.....28
2.1.4.1 Hubungan Antara Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian 28
2.1.4.2 Hubungan Antara Sikap dan Keputusan Pembelian.....28
2.1.4.3 Penelitian Terdahulu.....29
2.2 Kerangka pemikiran.....30
2.3 Hipotesis 33
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian.....35
3.2 Metode Penelitian.....36
3.2.1 Desain Penelitian 36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 38
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....42
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....42
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (penentuan sampel minimal) 42

3.2.3.2.1 Populasi 42

3.2.3.2.2. Sampel 43

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....44

3.2.4.1 Uji Validitas.....45

3.2.4.2 Uji Reabilitas 47

3.2.4.3 Uji MSI 48

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....49

3.2.5.1 Rancangan Analisis.....49

3.2.5.2 Uji Hipotesis 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....59

4.1.1 Sejarah Perusahaan 59

4.1.2 Stuktur Organisasi Perusahaan 60

4.1.3 Job Description 61

4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....61

4.2 Karakteristik Responden.....62

4.3 Analisis Deskriftif.....65

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek.....65

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Konsumen 71

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 75

4.4 Analisis Verifikatif.....79

4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....79

4.4.2 Persamaan Linier Berganda 79

4.4.3 Analisis Korelasi 81

4.4.3.1 Analisis Korelasi Parsial Antara Kepercayaan Merek (X_1)

dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y**)**.....81

4.4.3.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Sikap Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....82

4.4.3.3 Analisis Korelasi Simultan Antara Keprcayaan Merk (X_1) dan Sikap Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) 83

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 83

4.4.5 Pengujian Hipotesis 85

4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F) 85

4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t) 87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 90

5.2 Saran 92

DAFTAR PUSTAKA

KUESIONER

LAMPIRAN-LAMPIRAN