DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRACT **..... i**

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4. Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Praktis 12

1.4.2 Kegunaan Akademis 12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian 12

1.5.2 Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka 14

2.1.1. Kepercayaan Konsumen 14

2.1.1.1. Definisi Kepercayaan 14

2.1.1.2. Jenis – Jenis Kepercayaan 15

2.1.1.3. Indikator Kepercayaan.....16
2.1.2 Persepsi Risiko.....18
2.1.2.1 Definisi Persepsi Risiko.....18
2.1.2.2 Indikator Persepsi Risiko.....20
2.1.3 Keputusan Pembelian.....23
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....23
2.1.3.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....24
2.1.3.3 Faktor – Faktor yang mempengaruhi keputusan Pembelian.....27
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian.....27
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....29
2.2. Kerangka Pemikiran.....32
2.2.1 Keterkaitan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan pembelian.....33 33
2.2.2 Keterkaitan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan pembelian.....33
2.2.3 Keterkaitan Kepercayaan dan Persepsi Risiko dengan Keputusan Pembelian.....34
2.3 Hipotesis.....35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....37
3.2 Metode Penelitian.....37
3.2.1 Desain Penelitian.....39
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....42
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....45
3.2.3.1 Sumber Data.....45
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data.....45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....47
3.2.4.1 Uji MSI.....48
3.2.4.2 Uji Validitas.....50
3.2.4.3 Uji Reliabilitas.....53
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....55

3.2.5.1 Rancangan Analisis 55
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 56
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 58
3.2.6. Pengujian Hipotesis 62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum 66
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan 66
4.1.2. Visi, Misi dan Strategi PT Dago Wisata Internasional 67
4.1.2.1. Visi PT Dago Wisata Internasional 67
4.1.2.2. Misi PT Dago Wisata Internasional.....67
4.1.2.3. Strategi PT Dago Wisata Internasional 67
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan 67
4.2. Pembahasan Penelitian.....69
4.2.1. Karakteristik Responden 70
4.2.2. Analisis Deskriptif 72
4.2.2.1. Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen.....73
4.2.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Risiko 79
4.2.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....85
4.2.3 Analisis Verifikatif 91
4.2.3.1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....91
4.2.3.2. Uji Asumsi Klasik 93
4.2.3.3. Analisis Korelasi 97
4.2.3.4. Analisis Koefesien Determinasi 101
4.2.3.5. Uji Hipotesis 103
4.2.3.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-T) 103
4.2.3.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F) 107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 110
5.2 Saran 111
DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Paradigma Penelitian 35
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 65
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Dago Wisata Internasional.....68
Gambar 4.2 Garis Kontinum mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen 79
Gambar 4.3 Garis Kontinum mengenai Variabel Persepsi Risiko 84
Gambar 4.4 Garis Kontinum mengenai Variabel Keputusan pembelian 90
Gambar 4.5 Grafik *Normal Probability Plot*.....94
Gambar 4.6 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastitas 97
Gambar 4.7 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan pembelian.....105
Gambar 4.8 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Persepsi Risiko terhadap Keputusan pembelian.....106
Gambar 4.9 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan pembelian.....109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Potensi Usaha Tour dan Travel di Jawa Barat Tahun 2009 – 2014 3
Tabel 1.2. Jumlah Jamaah Umroh PT. Dago Wisata Internasional 5
Tabel 1.3 Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian 6
Tabel 1.4 Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Kepercayaan Konsumen.....7
Tabel 1.5 Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Persepsi Resiko 9
Tabel 1.6 Pelaksanaan Penelitian 13
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 29
Tabel 3.1 Desain Penelitian.....42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....44
Tabel 3.3 Skala Likert 48
Tabel 3.4 Standar Penilaian untuk Validitas 51
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....52
Tabel 3.6 Standar Penilaian Untuk Reliabilitas.....54
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas 55
Tabel 3.8 Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden ...57
Tabel 3.9 Kriteria Persentase Skor Per Variabel.....58
Tabel 3.10 Tingkat Keeratan Korelasi 61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran 72
Tabel 4.5 Perusahaan selalu memberikan pelayanan yang kredibel kepada para jamaah 73
Tabel 4.6 Perusahaan selalu berkomunikasi dengan baik kepada para jamaah 74
Tabel 4.7 Perusahaan menjalin kemitraan yang baik dengan para jamaah 75

Tabel 4.8 Perusahaan melayani dengan baik sampai jamaah selama perjalanan 76
Tabel 4.9 Perusahaan bisa memberikan keyakinan yang baik apabila terjadi masalah kepada para jamaah 77
Tabel 4.10 Perusahaan selalu mampu memberikan yang terbaik kepada konsumen 77
Tabel 4.11 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen....78
Tabel 4.12 Anda sudah mengetahui penawaran jasa yang disediakan oleh perusahaan ini sebelumnya....78
Tabel 4.13 Biaya yang dikeluarkan para jamaah sesuai dengan pelayanan yang diberikan perusahaan....80
Tabel 4.14 Perusahaan memberikan beberapa layanan opsi untuk memudahkan jamaah untuk melakukan pembayaran....81
Tabel 4.15 Perusahaan bisa menjamin setiap pembayaran yang dilakukan oleh jamaah 82
Tabel 4.16 Jamaah merasa berani untuk menggunakan jasa perusahaan....83
Tabel 4.17 Jamaah tidak merasa khawatir untuk memilih perusahaan ini saat akan menjalani perjalanan umrah....83
Tabel 4.18 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Risiko 84
Tabel 4.19 Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan kebutuhan jamaah....85
Tabel 4.20 Perusahaan selalu melakukan promosi melalui media massa 86
Tabel 4.21 Jamaah merasakan manfaat berbeda saat memilih perusahaan ini ketika melaksanakan ibadah umrah....87
Tabel 4.22 Jamaah memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan saat akan umrah 88
Tabel 4.23 Anda merasa puas telah memilih perusahaan ini untuk melaksanakan ibadah umrah 89

Tabel 4.24 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan pembelian 90
Tabel 4.25 Koefisien Regresi Linier Berganda 91
Tabel 4.26 Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov 94
Tabel 4.27 Uji Multikolinieritas 96
Tabel 4.28 Koefisien Korelasi Kepercayaan Konsumen Dengan Keputusan pembelian 98
Tabel 4.29 Koefisien Korelasi Persepsi Risiko dengan Keputusan pembelian 99
Tabel 4.30 Koefisien Korelasi Simultan Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko Dengan Keputusan pembelian 100
Tabel 4.31 Koefisien Determinasi antara Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan pembelian 102
Tabel 4.32 Koefisien Determinasi Parsial 102
Tabel 4.33 Tabel Uji T (Parsial) 104
Tabel 4.34 Tabel Uji F (Simultan) 108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian
Lampiran 2. Surat Balasan
Lampiran 3. Berita Acara Bimbingan
Lampiran 4. Kuesioner Awal
Lampiran 5. Kuesioner Akhir
Lampiran 6. Tabulasi
Lampiran 7. Tabel MSI
Lampiran 8. Output SPSS
Lampiran 9. Tabel Nilai T
Lampiran 10. Tabel Nilai F
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup