DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah.....11

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 Aspek Teoritis.....12

1.4.2 Aspek Praktis.....12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 14

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 Ancaman Emosi.....14

2.1.1.1.Definisi Ancaman Emosi. 14

2.1.1.2.Jenis-Jenis Emosi 15

2.1.1.3.Indikator Ancaman Emosi.....16

2.1.2. Kepercayaan Merek. 17

2.1.2.1 Definisi Kepercayaan Merek.....17
2.1.2.2 Aktivitas Kepercayaan Terhadap Merek 18
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan Merek 19
2.1.3. Keputusan Pembelian.....20
2.1.3.1. Definis Keputusan Pemebelian.....20
2.1.3.2. Tahap Keputusan Pembelian.....21
2.1.3.3.Indikator Keputusan Pembelian.....23
2.1.4. Hasil Penelitian Terdahulu ……..….24
2.2.Kerangka Pemikiran.....28
2.2.1. Pengaruh Ancaman Emosi Terhadap Keputusan Pembelian.....29
2.2.2.Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....30
2.2.3.Pengaruh Ancaman Emosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....30
2.3.Hipotesis Penelitian.....31
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 33
3.1. Objek Penelitian.....33
3.2. Metode Penelitian.....33
3.2.1. Desain Penelitian.....34
3.2.2. Operasional Variabel.....37
3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data.....42
3.2.3.1. Sumber Data.....42
3.2.3.2. Teknik Penentuan Data.....43
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....45
3.2.4.1. Uji Validitas.....47
3.2.4.2. Uji Reabilitas.....50
3.2.4.3. Uji MSI.....53
3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....54
3.2.5.1. Rancangan Analisis.....54
3.2.5.1.1. Analisis Deskriptif (Kualitatif) 54

3.2.5.1.2. Analisis Verifikatif (Kualitatif) 55
3.2.5.2. Pengujian Hipotesis.....60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....65
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....65
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya Telkom STO Dago 67
4.1.2.1 Visi.....67
4.1.2.2 Misi.....68
4.1.2.3 Budaya Telkom STO Dago.....68
4.1.3. Struktur Organisasi Tekom STO Dago.....70
4.1.3.1 Uraian Tugas *(Job Description)*.....71
4.2 Pembahasan Penelitian.....72
4.2.1. Karakter Responden.....72
4.3 Analisis Deskriptif.....75
4.3.1. Variabel Ancaman Emosi.....76
4.3.2. Variabel Kepercayaan Merek.....80
4.3.3. Variabel Keputusan Pembelian.....93
4.4 Analisis Verifikatif.....100
4.4.1. Persamaan Regresi Linear Berganda.....101
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....103
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi.....108
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....111
4.4.5 Uji Hipotesis.....114
4.4.5.1 Pengujian Simulasi Secara Simultan.....115
4.4.5.2 Pengujian Simulasi Secara Parsial.....116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....121
5.1. Kesimpulan.....121
5.2. Saran.....122
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN