

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN TEORETIK	17
2.1 Deskripsi Konseptual	17
2.1.1 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	17
2.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
2.1.3 Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	36
2.2 Review Penelitian Terdahulu	50
2.3 Kerangka Teoritik	58
2.4 Hipotesis	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
1.1 Tujuan Penelitian	64
1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	64

1.2.1	Tempat Penelitian	64
1.2.2	Objek Penelitian	65
1.2.3	Waktu Penelitian	65
1.2.4	Batasan Penelitian	65
1.3	Metode Penelitian	66
1.4	Populasi dan Sampel	67
1.4.1	Populasi	67
1.4.2	Sampel	68
1.5	Metode Pengumpulan Data	70
1.6	Operasional Variabel Penelitian	71
1.6.1	Variabel Independen	71
1.6.2	Variabel Dependen	71
1.7	Skala Pengukuran	74
1.8	Teknik Analisis Data	74
1.8.1	Analisa Deskriptif	75
1.8.2	Uji Validitas dan Realibilitas	75
1.9	Uji Asumsi Klasik	78
1.9.1	Uji Normalitas	78
1.9.2	Uji Linieritas	79
1.9.3	Uji Multikolonieritas	79
1.9.4	Uji Heteroskedastisitas	80
1.10	Analisis Regresi Linier Berganda	80
1.11	Uji Hipotesis	81
1.12	Uji Partial atau Uji t	81
1.13	Koefisien Determinasi	82
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1	Deskripsi Data	83
4.1.1	Karakteristik Jenis Kelamin	83
4.1.1.1	Tabulasi Silang Jenis Kelamin	84
4.1.2	Karakteristik Usia	86
4.1.2.1	Tabulasi Silang Usia	87
4.1.3	Karakteristik Domisili	89
4.1.3.1	Tabulasi Silang Domisili	90
4.1.4	Karakteristik Pekerjaan	92
4.1.4.1	Tabulasi Silang Pekerjaan	93
4.1.5	Karakteristik Pendapatan per Bulan	95

4.1.5.1	Tabulasi Silang Pendapatan per Bulan	96
4.2	Hasil Analisis Data	98
4.2.1	Hasil Uji Validitas	98
4.2.2	Uji Reliabilitas	100
4.3	Analisis Deskriptif	100
4.3.1	Variabel Kepercayaan (X_1)	101
4.3.2	Variabel Citra Merek (X_2)	102
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	105
4.4	Uji Asumsi Klasik	106
4.4.1	Uji Normalitas	106
4.4.2	Uji Linieritas	108
4.4.3	Uji Multikolinieritas	109
4.4.4	Uji Heteroskedastisitas	110
4.6	Uji Hipotesis	112
4.6.1	Regresi Linier Berganda	112
4.7	Uji t	113
4.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	114
4.9	Pembahasan	115
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		118
5.1	Kesimpulan	118
5.2	Implikasi	118
5.3	Saran	120
5.3.1	Saran Praktis	120
5.3.2	Saran Teoritis	121
DAFTAR PUSTAKA		122
RIWAYAT HIDUP PENULIS		140

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman Tabel
Tabel 1.1	Data Penjualan Mobil di ASEAN Tahun 2005	2
Tabel 1.2	Data Penjualan Wholesale Mobil Periode 2014 – 2015	3
Tabel 1.3	Daftar Harga Toyota Agya Tahun 2016	7
Tabel 1.4	Data <i>Brand Index</i> 2016	9
Tabel 1.5	Data Index <i>City Car</i> Januari – Desember 2015	10
Tabel 1.6	Rekapitulasi Beberapa Alasan Customer mengenai Mobil Toyota Agya	11
Tabel 1.7	Variabel Penelitian	13
Tabel 2.1	Persamaan Dimensi Variabel Kepercayaan	29
Tabel 2.2	Persamaan Dimensi Variabel Citra Merek	36
Tabel 2.3	Perbandingan Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3.1	Kajian Penelitian Terdahulu	69
Tabel 3.2	Operasional Variabel	72
Tabel 3.3	Skala <i>Likert</i>	74
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	83
Tabel 4.2	<i>Crosstab</i> Jenis Kelamin	84
Tabel 4.3	Usia Responden	86
Tabel 4.4	<i>Crosstab</i> Usia	87
Tabel 4.5	Domisili Responden	89
Tabel 4.6	<i>Crosstab</i> Domisili	90
Tabel 4.7	Pekerjaan Responden	92

Tabel 4.8	<i>Crosstab</i> Pekerjaan	93
Tabel 4.9	Pendapatan per Bulan Responden	95
Tabel 4.10	<i>Crosstab</i> Pendapatan per Bulan	96
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	100
Tabel 4.13	Nilai Analisa Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_1)	101
Tabel 4.14	Nilai Analisa Deskriptif Variabel Citra Merek (X_2)	103
Tabel 4.15	Nilai Analisa Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	105
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas	106
Tabel 4.17	Hasil Uji Residual	107
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas Variabel Kepercayaan (X_1) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	108
Tabel 4.19	Hasil Uji Linieritas Variabel Citra Merek (X_2) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	109
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinieritas	110
Tabel 4.21	Hasil Uji Heteroskedastisitas	111
Tabel 4.22	Hasil Uji Linier Berganda	112
Tabel 4.23	Hasil Uji t	114
Tabel 4.24	Hasil Koefisien Determinasi	115
Tabel 4.25	Hasil Pengujian Hipotesis	115

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman Gambar
Gambar 1.1	Penjualan Mobil LCGC di Indonesia Tahun 2014	8
Gambar 1.2	Contoh Keluhan Toyota Agya	12
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	48
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	62

LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 2	Uji Validitas Pilot Test	132
Lampiran 3	Uji Reliabilitas Pilot Test	133
Lampiran 4	Uji Validitas Keseluruhan Responden	134
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Keseluruhan Responden	135
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik	136
	Uji Normalitas	136
	Uji Residual	136
	Uji Linieritas	136
	Uji Multikolinieritas	137
	Uji Heterokedastisitas	137
Lampiran 7	Uji Hipotesis	138
Lampiran 8	Uji Koesifien Determinasi	139