

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Kajian Teori	8
2.1.1. Keputusan Pembelian	8
2.1.2. Kualitas Produk	12
2.1.3. Kepercayaan Konsumen.....	14
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Berpikir.....	21
2.4. Hipotesis	21
2.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen .	21
2.4.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4.3. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22

2.4.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Objek Penelitian	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi.....	26
3.3.2. Sampel.....	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Definisi Operasional	27
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.6.1. Uji Statistik Deskriptif	31
3.6.2. Uji Statistik Inferensial	31
3.6.1.1. Outer Model	31
3.6.1.2. Inner Model.....	33
3.7. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Hasil Analisis Data	36
4.1.1. Karakteristik Responden	36
4.2. Stastistik Deskriptif Variabel	38
4.2.1. Variabel Kualitas Produk	39
4.2.2. Variabel Kepercayaan Konsumen.....	40
4.2.3. Variabel Keputusan Pembelian	42
4.3. Statistik Inferensial	43
4.3.1. Analisis Outer Model (<i>Measurement Model</i>)	43
4.3.2. Uji Reliabilitas	46
4.4. Uji Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	47
4.5. Pengujian Hipotesis	49
4.6. Pembahasan	51
4.6.1. Kualitas Produk (X) Terhadap Kepercayaan Konsumen (Z)..	51
4.6.2. Kepercayaan Konsumen (Z) Terhadap Keputusan Pembelian...	52
4.6.3. Kualitas Produk (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	53

4.6.4. Kualitas Produk (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	
Melalui Kepercayaan Konsumen (Z)	54
BAB V KESIMPULAN.....	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63

