DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ii
SURAT PERNYATAAN 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 13
1.3 Tujuan Penelitian 13
1.4 Manfaat Penelitian 14
1.4.1 Manfaat Teoritis 14
1.4.2 Manfaat Praktis 15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 17
2.1 Kajian Teori 17
2.1.1 Keputusan Pembelian 17
2.1.2 Harga 19
2.1.3 Kualitas Produk 22
2.1.4 Kepercayaan Konsumen 24
2.2 Penelitian Terdahulu 28
2.3 Kerangka Berpikir 33
2.4 Hipotesis 35
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 35
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 36
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen 37
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen 38
2.4.5 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian 38

2.4.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 39
2.4.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 40
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Jenis Penelitian 41
3.2 Objek Penelitian 41
3.3 Populasi dan Sampel 44
3.3.1 Populasi 44
3.3.2 Sampel 45
3.4 Teknik Pengumpulan Data 46
3.5 Definisi Operasional 47
3.6 Teknik Analisis Data 50
3.6.1 Analisis Deskriptif Responden 50
3.7 Analisis Statistik Deskriptif Varibel 50
3.8 Uji Measurement Model (Outer Model) 51
3.8.1 Uji Validitas 51
3.8.2 Uji Reliabilitas 52
3.9 Uji Structural Model (Inner Model) 53
3.10 Pengujian Hipotesis 54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 57
4.1 Gambaran Objek Penelitian 57
4.2 Analisis Deskriptif Responden 57
4.2.1 Jenis Kelamin Responden 58
4.2.2 Rentang Usia Responden 59
4.2.3 Pekerjaan Responden 60
4.2.4 Penghasilan Responden 61
4.2.5 Pengeluaran Pembelian BBM 63
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Varibel 64
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel Harga 64
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk 66
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen 67
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 68
4.4 Analisis Inferensial 69
4.4.1 Analisis *Outer Model (Measurement Model)* 70
4.4.2 Analisis *Inner Model (Structural Model)* 75

4.5 Pengujian Hipotesis 78
4.5.1 Uji Hipotesis Harga terhadap Keputusan Pembelian 80
4.5.2 Uji Hipotesis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 80
4.5.3 Uji Hipotesis Harga terhadap Kepercayaan Konsumen 81
4.5.4 Uji Hipotesis Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen 81
4.5.5 Uji Hipotesis Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian 82
4.5.6 Uji Hipotesis Harga terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 82
4.5.7 Uji Hipotesis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 83
4.6 Pembahasan 83
4.6.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 84
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 85
4.6.3 Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen 86
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen 88
4.6.5 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian 89
4.6.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 91
4.6.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen 93
4.7 Implikasi 95
4.7.1 Implikasi Teoritis 95
4.7.2 Implikasi Praktis 95
BAB V PENUTUP DAN SARAN 97
5.1 Kesimpulan 97
5.2 Keterbatasan Penelitian 97
5.3 Saran 98
DAFTAR PUSTAKA 100
LAMPIRAN- LAMPIRAN 112