

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Gambaran Umum Inglorious Industries	1
1.1.2 Logo, Visi, dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Struktur Organisasi	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Kualitas Produk	15

2.1.4 Harga	16
2.1.5 Kepercayaan	18
2.1.6 Proses Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Penelitian	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	48
3.2.1 Variabel Operasional	48
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	48
3.2.3 Skala Pengukuran	56
3.3 Tahapan Penelitian	58
3.4 Populasi dan Sampel	60
3.4.1 Populasi	60
3.4.2 Sampel	60
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.5 Pengumpulan Data	62
3.5.1 Kuesioner	62
3.5.2 Studi Pustaka	62
3.6 Teknik Pengujian Data	63
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	66
3.7 Teknik Analisis data	68
3.7.1 Analisis Deskriptif	68
3.7.2 Uji Methode Successive Internal (MSI)	70
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	71

3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	73
3.7.5	Uji Hipotesis	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1	Analisis Deskriptif	78
4.1.1	Demografi	78
4.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	81
4.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)	89
4.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan (X_3)	93
4.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian (Y)	96
4.2	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	100
4.3	Pengujian Asumsi Klasik dalam Analisis Regresi	101
4.3.1	Uji Normalitas	101
4.3.2	Uji Multikolinearitas	103
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	104
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	105
4.3.5	Uji Hipotesis	108
4.3.6	Koefisien Determinasi (R^2)	112
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	114
4.4.1	Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian di Inglorious Industries	115
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian secara Simultan (Uji F)	117
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian secara Parsial (Uji T)	117
4.4.4	Koefisien Determinasi (R^2)	118
BAB V	KESIMPULAN	120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran	121
5.2.1	Bagi Perusahaan	121

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	