

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.2 Kepercayaan Merek	12

2.1.3	Keputusan Pembelian	15
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	19
2.2	Hubungan Antar variabel	21
2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2.2	Pengaruh Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.2.4	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	25
2.2.5	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.3	Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.3	Sumber dan Jenis Data	29
3.4	Metode Pengumpulan Data	30
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.6	Teknik Analisis Data	33
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	34
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.6.5	Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Hasil Penelitian Gambaran Umum Responden	41
4.1.1	Karakteristik Responden	41
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41

4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji.....	45
4.1.2	Analisa Deskriptif Tanggapan Responden	45
4.1.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	46
4.1.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merk	47
4.1.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	48
4.1.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	49
4.1.3	Hasil Uji Instrumen	50
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	50
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	52
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1	Uji Normalitas	53
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas	53
4.1.4.3	Uji Heterokedastisitas	55
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.1.6	Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	58
4.1.7	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	61
4.1.8	Koefisien Determinasi	62
4.1.9	Uji Sobel Test	63
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.2.3	Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
4.2.5	Pengaruh Keputusan pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	71

BAB V KESIMPULAN	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran	74
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Produk Khumay Hijab Bulan Januari–Juli 2019 (Per Pcs) di Kabupaten Demak.....	4
Tabel 3.1 tabel tanggapan responden dalam skala likert.....	31
Tabel 3.2 Devinisi Operasional dan Indikator	32
Tabel 4.1 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 2. Tingkat Pendidikan Responden	43
Tabel 4. 3. Kategori Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 4. Gaji Responden.....	45
Tabel 4. 5. Tanggapan responden Terhadap variabel Kualitas produk.....	47
Tabel 4. 6. Tanggapan responden Terhadap variabel Kepercayaan Merek	48
Tabel 4. 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4. 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 10 Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 12 Hasil uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4. 14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan I	56

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan II.....	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial.....	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	61
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kepercayaan Atribut Manfaat	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian	64
Gambar 4.2 Hasil uji sobel test 1	64
Gambar 4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian	65
Gambar 4.4 Hasil uji sobel test 2	66

