

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	11
2.1.2 Daya Tarik Iklan	12
2.1.3 <i>Trust</i>	21
2.1.4 Daya Tarik Produk	23
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Variabel Penelitian Dan Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian..	34
2.3.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	35

2.3.3 Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen.....	37
2.4 Model Empirik.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	41
3.3.1 Sumber Data.....	41
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Variabel dan Indikator	43
3.5 Teknik Analisis.....	45
3.5.1 Uji Instrumen	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.5.4 Pengujian Hipotesis	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Karakteristik Responden.....	52
4.3 Analisis Data Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.3.1 Analisis Kualitatif	54
4.3.2 Uji Instrumen	65
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.3.5 Pengujian Hipotesis	77
4.3.6 Koefisien Determinasi	80

4.4 Pembahasan	81
4.4.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.4.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.3 Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen.....	85

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi Manajerial	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN