

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| Halaman Judul Dalam..... | i |
| Surat Pernyataan Orisinilitas Skripsi | ii |
| Halaman Persetujuan Skripsi | iii |
| Halaman Pengesahaan Kelulusan Skripsi | iv |
| Riwayat Hidup..... | v |
| Halaman Persembahan..... | vi |
| Motto | viii |
| Abstrak..... | ix |
| Kata Pengantar | xi |
| Daftar Isi | xiii |
| Daftar Tabel..... | xv |
| Daftar Gambar | xvi |
| Daftar Lampiran | xvii |
| | |
| BAB I. Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 12 |
| 1.3 Ruang Lingkup Penelitian | 12 |
| 1.3.1 Ruang lingkup subjek | 12 |
| 1.3.2 Ruang Lingkup Objek | 12 |
| 1.3.3 Ruang Lingkup Tempat | 12 |
| 1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 13 |
| 1.5.1 Bagi Perusahaan | 13 |
| 1.5.2 Bagi Akademis..... | 13 |
| 1.5.3 Bagi Peneliti..... | 13 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB I Pendahuluan | 13 |

| | |
|--|-----------|
| BAB II Landasan Teori | 14 |
| BAB III Metode Penelitian..... | 14 |
| BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 14 |
| BAB V Simpulan dan Saran | 14 |
| 2.1 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) | 15 |
| 2.1.1 Kepercayaan Merek | 15 |
| 2.1.2 Faktor-faktor Kepercayaan Merek | 16 |
| 2.1.3 Indikator Kepercayaan Merek | 17 |
| 2.2 Promosi | 18 |
| 2.2.1 Promosi | 18 |
| 2.2.2 Tujuan Promosi | 18 |
| 2.2.3 Indikator Promosi | 19 |
| 2.3 Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.3.1 Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran | 25 |
| BAB III Metode Penelitian..... | 29 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 29 |
| 3.2 Sumber Data | 29 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 29 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.4.1 Populasi | 31 |
| 3.4.2 Sampel | 31 |
| 3.5 Variabel Penelitian | 32 |
| 3.5.1 Variabel Bebas (Independen) | 32 |
| 3.5.2 Variabel Terikat (Dependen) | 32 |
| 3.6 Definisi Operasional Variabel | 33 |
| 3.7 Uji Persyaratan Instrumen | 34 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 34 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 35 |

| | |
|--|-----------|
| 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data | 36 |
| 3.8.1 Uji Normalitas Data | 36 |
| 3.8.2 Uji Linieritas | 36 |
| 3.8.3 Uji Multikolinieritas | 37 |
| 3.9 Metode Analisis Data | 37 |
| 3.9.1 Regresi Linier Berganda | 38 |
| 3.10 Pengujian Hipotesis | 38 |
| 3.10.1 Uji t (Uji Parsial)..... | 38 |
| 3.10.2 Uji F (Uji Simultan) | 39 |
| BAB IV Hasil Dan Pembahasan | 41 |
| 4.1 Deskripsi Data | 41 |
| 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden | 41 |
| 4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 41 |
| 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 42 |
| 4.1.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Menggunakan Sabun Cair Dettol | 42 |
| 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden | 43 |
| 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen | 47 |
| 4.2.1 Hasil Uji Validitas | 47 |
| 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas | 50 |
| 4.3 Uji Normalitas..... | 51 |
| 4.3.1 Hasil Uji Normalitas | 51 |
| 4.4 Uji Linieritas | 52 |
| 4.4.1 Hasil Uji Linieritas | 52 |
| 4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas | 52 |
| 4.5 Hasil Metode Analisis Data | 53 |
| 4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda | 53 |
| 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis | 55 |
| 4.6.1 Hasil Uji t | 55 |
| 4.6.2. Hasil Uji F | 56 |
| 4.7 Pembahasan | 57 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7.1 Pembahasan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 57 |
| 4.7.2 Pembahasan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian | 58 |
| 4.7.3 Pembahasan Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian | 58 |
| BAB V Simpulan dan Saran | 60 |
| 5.1 Simpulan | 60 |
| 5.2 Saran | 60 |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan | 60 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 61 |
| Daftar Pustaka | |
| Lampiran | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Top Brand Indeks Sabun Mandi Cair Di Indonesia Tahun 2020 | 3 |
| Tabel 1.2 Varian Sabun Cair Dettol Dan Manfaatnya | 4 |
| Tabel 1.3 Jawaban Pra Survei Konsumen Sabun Mandi Cair Merek Dettol .. | 6 |
| Tabel 1.4 Hasil Jawaban Responden Pengguna Sabun Mandi Cair Dettol Di Bandar Lampung | 7 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel 3.1 Tabel Scoring Skala Likert | 30 |
| Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel | 32 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel | 33 |
| Tabel 3.4 Interpretasi Nilai R | 35 |
| Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 41 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 42 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Menggunakan Sabun Cair Dettol | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek (X ₁) | 43 |
| Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi (X ₂) | 44 |
| Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 45 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepercayaan Merek (X ₁) | 48 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi (X ₂) | 49 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y) | 49 |
| Tabel 4.10 Daftar Interpretasi r | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas | 51 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas | 52 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas | 53 |
| Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Coefficients Regresi | 53 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Model Summary | 54 |
| Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Coefficients ^a | 55 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F | 56 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 24 |
|-------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Data Jawaban Responden

Lampiran 4 Deskripsi Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 8 Hasil Uji Linieritas

Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 11 Hasil Uji T

Lampiran 12 Hasil Uji F

Lampiran 13 R Tabel

Lampiran 14 t Tabel

Lampiran 15 F Tabel