

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teoritis.....	14
2.1.1 Definisi Interaksi (<i>Interaction</i>).....	14
2.1.1.1 Pengertian Interaksi.....	14
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Membangun Proses Interaksi.....	15
2.1.1.3 Tipe-tipe Interaksi.....	16
2.1.1.4 Model Interaksi.....	18
2.1.1.5 Indikator Interaksi.....	18
2.1.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	19
2.1.2.1 Definisi Kepercayaan (<i>trust</i>).....	19
2.1.2.2 Elemen Kepercayaan.....	21

2.1.2.3 Faktor-faktor Fondasi Kepercayaan	21
2.1.2.4 Manfaat Kepercayaan.....	22
2.1.2.5 Indikator Kepercayaan	23
2.1.3 Citra (<i>Image</i>).....	23
2.1.3.1 Definisi Citra Perusahaan	23
2.1.3.2 Dimensi Citra Perusahaan	25
2.1.3.3 Faktor-faktor Pembentuk Citra Perusahaan	25
2.1.3.4 Indikator Citra Perusahaan	26
2.1.4 Nilai yang Dirasakan (<i>Perceived Value</i>)	27
2.1.3.1 Definisi <i>Perceived value</i>	27
2.1.3.2 Dimensi <i>Perceived value</i>	28
2.1.3.3 Indikator <i>Perceived value</i>	28
2.2 Penelitian Relevan	30
2.3 Kerangka Berpikir	32
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2.1 Lokasi Penelitian	35
3.2.2 Waktu Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.3.1 Variabel Penelitian	37
3.3.1 Definisi Operasional.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39

3.5 Uji Instrumen Penelitian	42
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas	42
3.5.1 Uji Validitas	42
3.5.1 Uji Reabilitas	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.1.1 Uji Normalitas	44
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	45
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas	45
3.6.1.4 Deskriptif Variabel Penelitian	45
3.6.2 Analisis Linear Berganda	46
3.6.3 Uji Hipotesis	47
3.6.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	47
3.6.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	48
3.6.3.3 Analisis Determinasi (Uji R ²)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Perusahaan	50
4.1.2 Visi, Misi dan Tata Nilai Perusahaan	51
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	53
4.2.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan	54
4.2.4 Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.3 Pengumpulan Data Penelitian	58
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	58

4.3.3.1 Variabel <i>Interaction</i> (X1)	58
4.3.3.1 Variabel <i>Trust</i> (X1).....	60
4.3.3.2 Variabel <i>Image</i> (X2)	61
4.3.3.3 Variabel <i>Perceived Value</i> (Y).....	62
4.4 Teknik Analisis Data.....	63
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	63
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas	66
4.4.1.3 Uji Heterokodesitas.....	67
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.5.1 Uji t (Uji Regresi Parsial)	70
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	72
4.5.3 Koefisien Determinan (R^2)	73
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.6.1 Pengaruh <i>Interaction</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	74
4.6.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	75
4.6.3 Pengaruh <i>Image</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	76
4.6.4 Pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap <i>Perceived Value</i>	77
BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	