

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Nilai konsumen yang dirancang perusahaan	11
Tabel 2.2	Faktor yang mempengaruhi intensitas pencarian eksternal dan situasi pembelian tertentu	44
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penilaian Konsumen (Variabel X)	72
Tabel 3.2	Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	73
Tabel 3.3	Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen (Variabel Z).....	75
Tabel 3.4	Kisi – Kisi Instrumen Untuk Mengukur Pengaruh Penilaian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.....	79
Tabel 3.5	Hasil Perhitungan Uji Validitas Penilaian Konsumen (X).....	86
Tabel 3.6	Hasil Perhitungan Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	87
Tabel 3.7	Hasil Perhitungan Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (Z).....	88
Tabel 3.8	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel Penilaian Konsumen (X).....	90
Tabel 3.9	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	90
Tabel 3.10	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	91
Tabel 3.11	Alokasi Waktu Penelitian.....	94
Tabel 4.1	Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel Penilaian Konsumen (X) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	104

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel Kepercayaan Konsumen (Z) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	105
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Normalitas.....	106
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Penilaian Konsumen (X).....	107
Tabel 4.5 Interpretasi Variabel Penilaian Konsumen (X).....	107
Tabel 4.6 Skor Total Indikator Variabel Penilaian Konsumen (X).....	108
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Penilaian Konsumen (X).....	109
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	111
Tabel 4.9 Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	112
Tabel 4.10 Skor Total Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	112
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	114
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	115
Tabel 4.13 Interpretasi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	116
Tabel 4.14 Skor Total Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	117
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	118
Tabel 4.16 Koefisien Substruktur 1.....	119
Tabel 4.17 Koefisien Substruktur 2.....	121
Tabel 4.18 Hasil Data Analisis Jalur.....	124