

## Daftar Isi

Daftar Isi.....	i
Daftar Tabel.....	iii
Daftar Gambar.....	iv
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Lingkup Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
Bab II Landasan Teori dan Hipotesis.....	7
2.1. <i>Personal Selling</i> .....	7
2.2. Konsep <i>Trust</i> .....	8
2.3. Pengertian Asuransi.....	18
2.4. Hipotesis.....	21
Bab III Metode Penelitian.....	36
3.1. Desain Penelitian.....	36
3.2. Populasi, Sampel dan Data.....	36
3.3. Uji Instrumen.....	38
3.4. Definisi Variabel Operasional.....	39
3.5. Metode Analisis.....	41
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7. Pengujian Hipotesis.....	44
Bab IV Analisa Data dan Pembahasan.....	49
4.1. Deskripsi Penelitian.....	49
4.2. Profil Responden.....	49
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	56



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap Salespersons Asuransi Mobil di Daerah Istimewa Yogyakarta**

TIAMONO, Rigasony, Bayu Sutikno, SE.,MSM

Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>4.5. Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>58</b>
<b>4.6. Analisis dan Pembahasan.....</b>	<b>67</b>
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Implikasi Hasil Penelitian.....	76
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4. Saran.....	77
Daftar Pustaka.....	80
Lampiran.....	80



## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Fungsi-Fungsi Personal Selling dalam Jasa.....	8
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mempunyai Polis.....	52
Tabel 4.5 Jenis Asuransi Yang Digunakan.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4.10 Estimasi Regresi Linear Berganda.....	58

Gambar 2.1 Konsep Pembangunan Kepercayaan Terhadap <i>Salespersons</i> .....	32
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	35