

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.1. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.2. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.3. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
2.2. Pengertian Persepsi.....	11
2.2.1. Harga.....	11
2.2.1. Strategi Penetapan Harga.....	12
2.2.1. Metode Penetapan Harga.....	12
2.2.1. Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.2.1. Faktor-Faktor Pengaruh Tingkat Harga.....	15
2.2.1. Indikator Harga.....	16
2.2.1. Dimensi Harga.....	17
2.3. Kualitas Produk.....	17
2.3.1. Tingkatan Produk.....	18
2.3.2. Klasifikasi Produk.....	19
2.3.3. Hirarki Produk.....	20
2.3.4. Pengertian Bauran Produk.....	20
2.3.5. Pengertian Kualitas Produk.....	21

2.3.6. Dimensi Kualitas Produk.....	21
2.4. Niat Beli Ulang	22
2.4.1. Proses Niat Beli Ulang	23
2.4.2. Indikator Niat Beli Ulang	24
2.4.3. Faktor Pengontrol Niat Beli Ulang.....	24
2.4.4. Dimensi Niat Beli Ulang	26
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	32
2.6. Hipotesis	34
2.6. Model Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Desain Riset.....	35
3.2. Jenis dan Sumber Data	35
3.2.1. Jenis Data.....	35
3.2.1.1 Data Kuantitatif.....	35
3.2.2. Sumber Data	35
3.2.2.1 Data Primer	35
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel	36
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4. Definisi Operasional Variabel	37
3.4.1 Definisi Variabel.....	37
3.5. Metode Analisis Data	41
3.6. Teknik Analisis Data	41
3.6.1. Uji Instrumen.....	41
3.6.1.1 Uji Validitas	41
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.2. Uji Hipotesis	42
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6.2.2 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.6.2.3 Uji Simultan (Uji F)	43
3.6.3. Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
4.1. Karakteristik Responden.....	45
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	46
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	47

4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian ...	48
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian	48
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Outlet</i>	49
4.2. Hasil Uji Kualitas Data	49
4.2.1. Hasil Uji Validitas	49
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	51
4.3. Hasil Deskriptif Penelitian.....	51
4.4. Hasil Uji Hipotesis.....	58
4.4.1. Hasil Uji F (Simultan)	58
4.4.2. Hasil Uji t (Parsial)	58
4.4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.4.4. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	60
BAB V PEMBAHASAN	61
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
5.1.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang	61
5.1.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Niat Beli Ulang.....	62
5.1.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang	62
5.1.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk secara Bersama-sama terhadap Niat Beli Ulang.....	63
5.2. Temuan Penelitian	63
5.3. Keterbatasan Penelitian	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1. Kesimpulan	65
6.2. Saran	66
6.2.1 Bagi Perusahaan	66
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
6.3. Implikasi Penelitian	67
6.2.3 Implikasi Teoritis.....	67
6.2.4 Implikasi Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA	68