

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I - PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Teori Teoritis	7
1.5.2 Teori Praktis	7
BAB II – LANDASAN TEORI	8
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.2 Minat Beli Ulang	10
2.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	10
2.2.2 Dimensi Minat Beli Ulang	11
2.3 Citra Merek.....	11
2.3.1 Tujuan Citra Merek	12
2.3.2 Makna dan Tipe Citra Merek	12
2.3.3 Dimensi Citra Merek	12
2.4 Kualitas Produk	13
2.4.1 Tingkatan Produk	14
2.4.2 Dimensi Kualitas Produk	15
2.5 Harga	16
2.5.1 Tujuan Penetapan Harga	16
2.5.2 Klasifikasi Harga	17
2.5.3 Dimensi Harga	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	18

2.7 Hubungan Antar Variabel	22
2.7.1 Pengaruh Cirta Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) Secara Simultan Terhadap Minat Beli Ulang (Y) ...	22
2.7.2 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	23
2.7.3 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	23
2.7.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	24
2.7.5 Kualitas Produk (X2) Merupakan Variabel Yang Paling Dominan Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	24
2.8 Hipotesis	25
2.9 Model Penelitian	25
BAB III - METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data	27
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4 Unit Analisis	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	28
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.4 Analisis Linier Regresi Berganda	35
BAB IV – HASIL PENELITIAN	38
4.1 Karakteristik Responden	28
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1 Uji Normalitas	45
4.3.2 Uji Multikolinieritas	46
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	47
4.4 Analisis Data	48
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.4.2 Uji F	49

4.4.3 Uji t	49
4.4.4 Koefisien Determinasi	50
BAB V – PEMBAHASAN	52
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
5.1.1 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	52
5.1.2 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	53
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	53
5.1.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	54
5.1.5 Pengaruh Kualitas Produk Sebagai Faktor Yang Paling Dominan	55
5.2 Temuan Penelitian	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	56
BAB VI – KESIMPULAN DAN SARAN	57
6.1 Kesimpulan	57
6.2 Saran	58
6.3 Implikasi Penelitian	59
DAFTAR REFERENSI	61
LAMPIRAN	64