

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	
ILMIAH	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.1 Pembatasan Masalah	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1 Model Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Teori-Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.2 Minat Beli Ulang	17
2.2.1 Dimensi Minat Beli Ulang	18
2.3 Kepuasan Konsumen	18
2.3.1 Teori Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	21
2.4 Harga.....	22
2.4.1 Tujuan Penetapan Harga.....	22
2.4.2 Prosedur Penetapan Harga	23
2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	23
2.4.4 Dimensi Harga	24
2.5 Kualitas Produk	24
2.5.1 Klasifikasi Produk.....	25
2.5.2 Dimensi Kualitas Produk.....	26

2.6	<i>Word Of Mouth</i>	26
2.6.1	Bentuk <i>Word Of Mouth</i>	27
2.6.2	Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	27
2.6.3	Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	28
2.7	Hasil Penelitian Terdahulu	28
2.8	Hubungan Antar Variabel	38
2.8.1	Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.8.2	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	38
2.8.3	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.8.4	Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	39
2.8.5	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	39
2.8.6	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang	40
2.8.7	Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	40
2.8.8	Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	41
2.8.9	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	41
2.8.10	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	41
2.9	Hipotesis.....	42
2.10	Model Penelitian.....	42
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1	Desain Riset.....	43
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.2.1	Jenis Data.....	43
3.2.2	Sumber Data.....	44
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel	44
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4	Unit Analisis	45
3.5	Definisi Operasional Variabel	46
3.5.1	Harga	46
3.5.2	Kualitas Produk.....	46
3.5.3	<i>Word Of Mouth</i>	46
3.5.4	Kepuasan Konsumen.....	47
3.5.5	Minat Beli Ulang.....	47
3.6	Teknik Analisis Data	50
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	50
3.6.2	Analisis Kuantitatif.....	51
3.6.3.1	Uji Validitas	51
3.6.3.2	Uji Reliabilitas	52

3.7 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	53
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	53
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.7.4 Uji Autokorelasi.....	54
3.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	54
3.9 Uji F.....	57
3.10 Uji t.....	57
3.11 Koefisien Determinasi.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	59
4.1 Karakteristik Responden.....	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	60
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Waktu Penggunaan Produk.....	61
4.2 Analisis Deskriptif.....	61
4.2.1 Indeks Variabel Harga.....	62
4.2.2 Indeks Variabel Kualitas Produk.....	63
4.2.3 Indeks Variabel <i>Word Of Mouth</i>	65
4.2.4 Indeks Variabel Kepuasan Konsumen.....	66
4.2.5 Indeks Variabel Minat Beli Ulang.....	67
4.3 Analisis Kuantitatif.....	68
4.4 Uji Instrumen.....	68
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	69
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.5.1 Uji Normalitas.....	74
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	75
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	77
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	77
4.6.1 Analisis Jalur Tahap 1.....	78
4.6.2 Analisis Jalur Tahap 2.....	82
4.6.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	87
4.6.4 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	88
BAB V PEMBAHASAN.....	92
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
5.1.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
5.1.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	92

5.1.4 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	93
5.1.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	93
5.1.6 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang	94
5.1.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	94
5.1.8 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	95
5.1.9 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	95
5.1.10 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	96
5.2 Temuan Penelitian	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
6.1 Kesimpulan.....	98
6.2 Saran.....	99
6.2 Implikasi Penelitian	100
6.2.1 Implikasi Teoritis	100
6.2.2 Implikasi Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 : Smartphone Samsung Galaxy A Series.....	106
Lampiran 02 : Spesifikasi Smartphone Samsung Galaxy A Series	107
Lampiran 03 : Kuesioner Pra Survey	108
Lampiran 04 : Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 05 : Tabulasi Pre-test 30 Responden.....	115
Lampiran 06 : Hasil Uji Validitas.....	118
Lampiran 07 : Hasil Uji Reliabilitas	121
Lampiran 08 : Data Karakteristik 190 Responden	123
Lampiran 09 : Tabulasi 190 Responden	124
Lampiran 10 : Hasil Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Tahap 1	142
Lampiran 11 : Hasil Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Tahap 2	143
Lampiran 12 : Tabel r product moment	144
Lampiran 13 : Tabel t.....	145
Lampiran 14 : Tabel F.....	150
Lampiran 15 : Tabel Durbin Watson	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan Harga Smartphone Samsung	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Skala Likert.....	43
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.3 Pengukuran Indeks	50
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	52
Tabel 4.1 Pengukuran Indeks Analisis Deskriptif	62
Tabel 4.2 Indeks Variabel Harga.....	62
Tabel 4.3 Indeks Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.4 Indeks Variabel <i>Word Of Mouth</i>	65
Tabel 4.5 Indeks Variabel Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4.6 Indeks Variabel Minat Beli Ulang	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Harga	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i>	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Tahap 1.....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji F Tahap 1	79
Tabel 4.21 Nilai Koefisien Determinasi Uji Regresi Tahap 1	81
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Tahap 2.....	82
Tabel 4.23 Hasil Uji F Tahap 2	84
Tabel 4.24 Nilai Koefisien Determinasi	86
Tabel 4.25 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	91