

DAFTAR ISI

	Halaman
<u>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</u>	I
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	1
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 LATAR BELAKANG	3
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH DAN PEMBATASAN MASALAH.....	6
1.2.1. IDENTIFIKASI MASALAH	6
1.2.2. PEMBATASAN MASALAH.....	7
1.3 PERUMUSAN MASALAH	7
1.4 TUJUAN PENELITIAN	7
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. PERILAKU KONSUMEN	9
2.2. MINAT BELI ULANG	10
2.3. KUALITAS PRODUK	13
2.4. CITRA MEREK.....	15
2.5. HARGA	17
2.6. PENELITIAN TERDAHULU	20
2.7. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	23
2.8. HIPOTESIS PENELITIAN	24
2.9. MODEL PENELITIAN	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. DESAIN PENELITIAN.....	26
3.2. JENIS DAN SUMBER DATA	26
3.3. POPULASI SAMPEL DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	27
3.4. METODE PENGUMPULAN DATA	28
3.5. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	28

3.6.	METODE ANALISIS DATA	30
3.7.	ANALISIS DESKRIPTIF PENELITIAN	31
3.8.	UJI ASUMSI KLASIK	31
3.9.	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	33
3.10.	UJI HIPOTESIS	34
BAB IV HASIL PENELITIAN		35
4.1.	KARAKTERISTIK RESPONDEN	35
4.2.	HASIL UJI VALIDITAS, RELIABILITAS DAN ANALISIS DESKRIPTIF PENELITIAN	39
4.3.	HASIL UJI ASUMSI KLASIK	46
4.4.	ANALISIS DATA	50
BAB V PEMBAHASAN		54
5.1.	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	54
5.1.1	PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG	54
5.1.2	PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG	54
5.1.3	PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG	55
5.1.4	PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG	56
5.1.5	PENGARUH CITRA MEREK LEBIH DOMINAN TERHADAP MINAT BELI ULANG.....	56
5.2.	KETERBATASAN PENELITIAN.....	57
BAB VI PENUTUP		58
6.1.	KESIMPULAN.....	58
6.2.	IMPLIKASI PENELITIAN	58
6.2.1.	IMPLIKASI TEORI.....	58
6.2.2.	IMPLIKASI PRAKTEK.....	59
6.3.	SARAN.....	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		64