

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Minat Beli Ulang.....	12
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.3 Citra Merek.....	15
2.4 <i>Word of Mouth</i>	17
2.5 Kepuasan Konsumen.....	20
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.8 Hipotesis Penelitian.....	30
2.9 Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Riset	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Uji Instrumen	43
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
3.8 Uji F	48
3.9 Uji T	49
4.0 Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	51
4.1 Karakteristik Responden	51
4.2 Uji Validitas.....	53
4.3 Uji Reliabilitas	57

4.4 Analisis Deskriptif Penelitian	58
4.5 Uji Asumsi Klasik	65
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	70
BAB V PEMBAHASAN.....	89
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	89
5.2 Temuan Penelitian.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	95
BAB VI KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran.....	97
6.3 Implikasi Penelitian.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Ukuran Skala Likert	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili.....	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status.....	52
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jurusan.....	53
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan iPhone.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9S kala Pengukuran Nilai Indeks	58
Tabel 4.10 Indeks Kualitas Produk	59
Tabel 4.11 Indeks Citra Merek.....	60
Tabel 4.12 Indeks <i>Word of Mouth</i>	62
Tabel 4.13 Indeks Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4.14 Indeks Minat Beli Ulang	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas Rank Spearman	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Kualitas Produk	70
Tabel 4.19 Hasil Regresi Berganda Uji F	71
Tabel 4.20 Hasil Uji t	72
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural Persamaan 1	74
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi.....	75
Tabel 4.23 Hasil Uji F	76
Tabel 4.24 Hasil Uji t	77
Tabel 4.25 Hasil Koefisien	79
Tabel 4.26 Hasil Perhitungan Pengaruh	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>Market Share Smartphone</i>	2
Gambar 1.2 <i>Apple Earnings Estimates And Actuals By Quarter</i>	4
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Kualitas Produk	5
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Citra Merek	5
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey <i>Word of Mouth</i>	6
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Substruktur Persamaan 1	47
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktur Persamaan 2	47
Gambar 3.3 Struktur Akhir Analisis Jalur	48
Gambar 4.1 Uji Normalitas	66
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4.3 Tahap I Analisis Jalur	75
Gambar 4.4 Tahap II Analisis Jalur	80
Gambar 4.5 Gabungan Tahap I dan II Analisis Jalur	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Pra Survey.....	104
Lampiran 1.2 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 1.3 Data Tabulasi Responden.....	119
Lampiran 1.4 Uji Validitas.....	130
Lampiran 1.5 Uji Reliabilitas.....	140
Lampiran 1.6 Hasil Analisis Jalur.....	142