

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
Halaman Pengesahan	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 kepuasan pelanggan.....	9
2.1.3 Repurchase (Pembelian Ulang)	9
2.1.4 Store Atmosphere	10
2.1.5 Brand Association	16
2.1.6 Brand Awareness.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengaruh antar variabel	17
2.3.1 Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan	17
2.3.2 Pengaruh Brand association terhadap kepuasan pelanggan.....	18
2.3.3 Pengaruh brand awareness terhadap kepuasan pelanggan.....	18
2.3.4 Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian ulang.	19
2.3.5 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	20
2.3.6 Pengaruh brand association terhadap keputusan pembelian ulang ..	20
2.3.7 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang	21
2.4 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1 Populasi Penelitian	23
3.2.2 Sampel Penelitian	23
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1 Sumber Data	25
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3.3 Studi Kepustakaan	26
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.4.1 Variabel penelitian.....	27

3.4.2	Definisi Operasional Variabel	27
3.5	Metode Analisis data	29
3.5.1	Uji Instrumen.....	29
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	30
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Gambaran Umum Responden.....	37
4.1.1	Identitas Responden.....	37
4.2	Deskripsi Data.....	40
4.2.1	Variabel Store Atmosphere.....	41
4.2.2	Variabel Brand association	42
4.2.3	Variabel Brand Awareness	43
4.2.4	Variabel Kepuasan Pelanggan	45
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.3.1	Uji Validitas.....	48
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	50
4.4.1	Pengujian Normalitas Data	50
4.4.2	Pengujian Heteroskedastisitas	51
4.4.3	Pengujian Multikolinearitas.....	51
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.6	Analisis Koefisien Determinasi	55
4.7	Pengujian Hipotesis	56
4.7.1	Uji t	56
4.8	Analisis Path.....	58
4.9	Pembahasan	63
4.9.1	Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.9.2	Brand Association Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
4.9.3	Pengetahuan Brand awareness tidak Berpengaruh Terhadap kepuasan pelanggan.....	65
4.9.4	Store atmosphere Berpengaruh Terhadap pembelian ulang	65
4.9.5	Brand association Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang.....	66
4.9.6	Brand Awareness Tidak Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang.	66
4.9.7	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang.....	67
PENUTUP	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	71
5.4	Agenda penelitian yang akan datang	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Top Brand Index Sepatu Sandal (dalam persentase)	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 SKOR PENILAIAN JAWABAN RESPONDEN.....	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert.....	29
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	39
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Terhadap Store Atmosphere.....	41
Tabel 4. 7 Penilaian Responden terhadap Penilaian Brand association.....	42
Tabel 4. 8 Penilaian Responden terhadap Brand awareness.....	43
Tabel 4. 9 Penilaian Responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4. 10 Penilaian Responden terhadap Pembelian Ulang	46
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Validitas Indikator	47
Tabel 4. 12 Uji Relibilitas Indikator Variabel	48
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas (VIF-Tolerance) Model 1.....	51
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas (VIF-Tolerance) Model 2.....	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 MODEL EMPIRIK	22
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	49
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas	50
Gambar 4. 3 Diagram Path	58
Gambar 4. 4 Analisis Path 1	58
Gambar 4. 5 Analisis Path 2	60
Gambar 4. 6 Analisis Path 3	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	77
Lampiran 2 LAMPIRAN OUTPUT SPSS	82