

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Feature Produk	6
2.1.2 Citra Merek (Brand Image).....	6
2.1.3 Keputusan Pembelian Ulang	7
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	8
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	8
2.2.1 Pengaruh Feature Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	8
2.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang	8
2.2.3 Pengaruh Feature Produk terhadap Loyalitas Konsumen	9
2.2.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	9

	2.2.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Ulang terhadap Loyalitas Konsumen	9
	2.3 Kerangka Pemikiran	10
BAB	III METODE PENELITIAN	11
	3.1 Jenis Penelitian.....	11
	3.2 Populasi dan Sampel.....	11
	3.3 Metode Pengumpulan Data.....	12
	3.4 Teknik Analisis	14
	3.4.2 Uji Reliabilitas	14
	3.5 Uji Asumsi Klasik	15
	3.5.1 Uji Normalitas	15
	3.5.2 Uji Multikoleniaritas	16
	3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	16
	3.6 Analisa Data.....	17
	3.6.1 Analisis Linier Berganda	17
	3.6.2 Uji Analisis Jalur (Uji Path Analysis)	17
	3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	18
	3.6.4 Uji signifikasi parameter individual (uji t)	19
BAB	IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
	4.1. Gambaran Umum Responden	20
	4.1.1. Jenis Kelamin Responden	20
	4.1.2. Usia Responden.....	21
	4.1.3. Pendapatan Responden	21
	4.2. Analisis Kualitatif	22
	4.2.1. Variabel Fitur (X1).....	22
	4.2.2. Variabel Citra Merek (X2).....	24
	4.2.3. Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y1)	26
	4.2.4. Variabel Loyalitas Konsumen (Y2)	28
	4.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	30
	4.4. Analisis Kuantitatif.....	32
	4.4.1. Uji Asumsi Klasik	32

4.4.2. Path Analysis.....	35
4.4.3. Koefisien Determinasi	37
4.4.4. Pengujian Hipotesis	39
4.4.5. Pengaruh langsung dan tidak langsung	40
4.5. Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2. Saran	45
5.3. Keterbatasan Penelitian	46
5.4. Agenda Penelitian Mendatang	46
DAFTAR PUSTAKA	47
Lampiran 1. Kuesioner.....	50
Lampiran 2. Hasil Output SPSS	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Smartphone Samsung Tahun 2016.....	2
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel Penelitian	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	20
Tabel 4.2 Usia Responden	21
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	21
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Fitur (X1)	22
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek (X1)	24
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y1) 27	
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Konsumen (Y2)	29
Tabel 4.8 Uji Validitas	31
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	35
Tabel 4.11 Coefficients	35
Tabel 4.12	36
Tabel 4.13 Model Summary	38
Tabel 4.14	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 4.1 Normalitas	33
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas.....	34