

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan pembelian ulang.....	7
2.1.1.1 pengertian keputusan pembelian ulang	7
2.1.2 Lokasi	8
2.1.2.1 Pengertian Lokasi.....	8
2.1.3 Harga	10
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.4.1 pengertian kualitas produk	11
2.1.5 Kepuasan konsumen	13
2.1.5.1 Pengertian kepuasan konsumen	13
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	15

2.2.1 Hubungan Lokasi terhadap Kepuasan konsumen.....	15
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan konsumen	15
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen	17
2.2.4 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian ulang	18
2.2.5 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang.....	19
2.2.6 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang	20
2.2.7 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian	20
2.3 kerangka pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Populasi dan Teknik Sampling.	23
3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1. Sumber Data.....	25
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	26
3.3.3. Variabel penelitian, Definisi Operasional dan Indikator.....	26
3.3.4. Definisi Operasional dan indikator	26
3.3.5. Variabel Penelitian	29
3.4. Teknik Analisis Data.....	29
3.1.1. Analisis Deskriptif	29
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	30
3.5.2.1 Uji Instrumen	31
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.5.2.4 Pengujian Hipotesis.....	36
3.5.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.5.2.5 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1 Deskriptif Obyek Penelitian	40
4.1.2.1 Uji Instrumen	31

4.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	32
4.5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	34
4.5.2.4 Pengujian Hipotesis	36
4.5.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	36
4.5.2.5 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	37
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Saran	72
5.4 Keterbatasan Penelitian Dan Penelitian Mendatang	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Rangka Jaya Mebel.....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Indikator	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jeniskelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas Model 1	46
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas Model 2	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2	47
Tabel 4.8 Uji Normalitas Model 1	48
Tabel 4.9 Uji Normalitas Model 2	48
Tabel 4.10 <i>PATH ANALYSIS</i>	49
Tabel 4.11 Uji <i>R Square</i> Model 1	52
Tabel 4.12 Uji <i>R Square</i> Model 2	52
Tabel 4.13 Hasil Uji T Model 1	53
Tabel 4.14 Hasil Uji T Model 2	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Gambar Kerangka Penelitian	22
Gambar 4.1 Uji Scatterplot Model 1	48
Gambar 4.3 Perhitungan Sobel Test Pada Efek Mediasi Pertama	60
Gambar 4.4 Perhitungan Sobel Test Pada Efek Mediasi Kedua.....	61
Gambar 4.5 Perhitungan Sobel Test Pada Efek Mediasi Ketiga.....	63