

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1	14
PENDAHULUAN.....	14
Latar Belakang.....	14
Rumusan Masalah.....	18
Tujuan Penelitian.....	19
Manfaat Penelitian.....	19
BAB II.....	21
KAJIAN PUSTAKA.....	21
Landasan Teori.....	21
<i>Brand Image</i>	21
<i>Perceived Quality</i>	22
<i>Customer Satisfaction</i>	22
<i>Repurchase Intention</i>	23
Hubungan Antar Variabel.....	24

Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25
Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25
Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
Model Empirik	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
Jenis Penelitian.....	28
Populasi dan Sampel.....	28
Metode Pengumpulan Data.....	30
Variabel dan Indikator.....	31
Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
Hasil Penelitian	37
Deskripsi Responden.....	37
Jenis Kelamin	38
Usia Responden.....	38
Status Responden.....	39
Pekerjaan Responden	39
Pendapatan Responden	40
Jumlah Pembelian Responden.....	41
Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	42

Deskriptif Variabel Perceived Quality	44
Deskriptif Variabel Customer Satisfaction	45
Deskriptif Variabel Repurchase Intention.....	46
Uji Instrumen	47
Uji Validitas.....	47
Uji Reliabilitas	48
Uji Asumsi Klasik	49
Uji Normalitas	49
Uji Heterokedastisitas	51
Uji Multikoloniaritas.....	51
Uji Hipotesis	52
Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Uji T	56
Uji Sobel Test.....	61
Pembahasan	65
BAB V.....	73
PENUTUP	73
Kesimpulan	73
Implikasi Manajerial.....	75
Keterbatasan penelitian.....	78
Agenda Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas dengan Menggunakan Grafik Scatterpolt.....	50
Gambar 4. 2 Hasil Sobel Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction.....	62
Gambar 4. 3 Hasil Sobel Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction.....	64
Gambar 4. 4 Hasil Akhir Uji Sobel.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Dan Indikator	31
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 3 Status Responden	39
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	40
Tabel 4. 6 Jumlah Pembelian Responden.....	41
Tabel 4. 7 Nilai Indeks Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4. 8 Nilai Indeks Variabel <i>Perceived Quality</i>	44
Tabel 4. 9 Nilai Indeks Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 4. 10 Nilai Indeks Variabel <i>Repurchase Intention</i>	46
Tabel 4. 11 Uji Validitas	48
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	50
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4. 15 Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4. 16 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 17 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	54