

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN TANDA TANGAN PENGUJI | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Citra Merek..... | 10 |
| 2.1.3 Kualitas Produk | 12 |
| 2.1.4 Harga..... | 13 |
| 2.1.5 Kepuasan..... | 15 |
| 2.1.6 Minat Beli Ulang | 17 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 19 |
| 2.2.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan | 19 |
| 2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan | 20 |
| 2.2.3 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan | 21 |
| 2.2.4 Hubungan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang | 21 |
| 2.2.5 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang | 22 |
| 2.2.6 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang | 23 |
| 2.2.7 Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Ulang | 23 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 26 |
| 2.4 Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 27 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 27 |
| 3.2.1 Populasi | 27 |
| 3.2.2 Sampel | 28 |
| 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel | 29 |
| 3.3 Sumber Data | 29 |
| 3.3.1 Data Primer | 29 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 30 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 30 |
| 3.4.1 Kuesioner | 30 |
| 3.4.2 Studi Kepustakaan | 30 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel | 31 |
| 3.6 Uji Instrumen | 33 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 33 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 33 |
| 3.7 Analisis Path | 33 |
| 3.8 Uji Intervening | 37 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 39 |
| 4.1 Deskripsi Responden | 39 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin | 39 |

| | |
|---|----|
| 4.1.2 Umur..... | 40 |
| 4.1.3 Tahun Angkatan Kuliah | 41 |
| 4.2 Analisis Kualitatif | 42 |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek ... | 42 |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk | 43 |
| 4.2.3 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga | 44 |
| 4.2.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan | 46 |
| 4.2.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat Beli Ulang | 47 |
| 4.3 Analisis Kuantitatif | 49 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 49 |
| 4.3.2 Uji Reabilitas | 51 |
| 4.3.3 Analisis Path | 52 |
| 4.3.4 Uji Hipotesis | 57 |
| 4.3.5 Pengaruh Langsung Tidak Langsung | 59 |
| 4.4 Pembahasan..... | 61 |
| 4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan..... | 61 |
| 4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan | 62 |
| 4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan | 62 |
| 4.4.4 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang | 63 |
| 4.4.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang | 64 |
| 4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .. | 65 |
| 4.4.7 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang | 65 |
| 4.5 Koefisien Determinasi | 67 |
| BAB V PENUTUP..... | 69 |
| 5.1 Kesimpulan | 69 |
| 5.2 Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |