

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	11
2.1.2 Service Quality.....	13
2.1.3 Persepsi Harga	16
2.1.4 Kepuasan.....	19
2.2 Pengaruh Antar Variabel	24
2.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.2.3 Pengaruh Service Quality terhadap Minat beli Ulang.....	26
2.2.4 Pengaruh Persepsi harga terhadap Minat beli Ulang	27
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat beli Ulang.....	27
2.3 Model Empirik.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	31

3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1	Sumber Data.....	32
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4	Variabel dan Indikator	33
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3	Analisis Regresi Berganda	38
3.5.4	Uji Hipotesis	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Responden.....	41
4.1.1	Umur Responden	41
4.1.2	Jenis Kelamin.....	42
4.2	Analisis Kualitatif.....	42
4.2.1	Variabel <i>Service Quality</i> (X_1)	43
4.2.2	Variabel Persepsi Harga (X_2).....	43
4.2.3	Variabel Kepuasan (Y_1).....	45
4.2.4	Variabel Minat Beli Ulang (Y_2).....	47
4.3	Analisis Kuantitatif.....	48
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas.....	48
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.3.4	Analisis Regresi Berganda.....	53
4.3.5	Koefisien Determinasi	54
4.3.6	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	55
4.3.7	Pengaruh langsung dan tidak langsung.....	59
4.4	Pembahasan	60
BAB V	PENUTUP.....	64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Smartphone Nokia Counter SMS SHOP	5
Tabel 1.2	Jumlah Keluhan Konsumen Counter SMS SHOP Produk Nokia Tahun 2015 – 2016.....	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1	Umur Responden.....	41
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Service Quality</i> (X_1).....	43
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Persepsi Harga (X_2)	44
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan (Y_1).....	46
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat Beli Ulang (Y_2).....	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9	Uji Normalitas	51
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.12	Persamaan Regresi	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.14	Uji F.....	58
Tabel 4.15	Hasil analisis jalur	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik	29
Gambar 4.1 Path Analysis.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	73
Lampiran 2.Tabulasi hasil jawaban responden	76
Lampiran 3. Hasil Olah Data	79