

DAFTAR ISI

	Hal.
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Tesis	ii
Sertifikasi	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Grafik	xii
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Telaah Pustaka	8
2.1.1. Penelitian Agnes Niken Puspitasari (2011)	8
2.1.2. Penelitian Aflit Nuryulia Praswati (2009).....	8

2.1.3. Penelitian Paula Danar Widya Pramasti (2012).....	9
2.2. Tinjauan Pustaka	10
2.2.1. Minat Beli Ulang.....	10
2.2.2. Kualitas Produk.....	12
2.2.3. Kepuasan Pelanggan	16
2.2.4. Word Of Mouth.....	18
2.3. Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk dan kepuasan Pelanggan ..	20
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth	21
2.3.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Word Of Mouth .	23
2.3.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan minatbeli ulang ..	25
2.3.5. Pengaruh Word Of Mouth dan Minat Beli Ulang.....	27
2.4. Pengembangan Model Penelitian	29
2.5. Definisi Operasional Variabel.....	30
2.6. Dimensional Variabel.....	31
2.6.1. Dimensional Variabel Kualitas Produk.....	31
2.6.2. Dimensional Variabel Kepuasan Pelanggan	32
2.6.3. Dimensional Variabel Word Of Mouth.....	33
2.6.4. Dimensional Variabel Minat Beli Ulang	34
2.7. Uji Logical Connection Variabel Indikator.....	35

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	40
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	40
3.2.1. Data Primer	40
3.2.2. Data Sekunder	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.4. Teknik Sampling	45
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	45
3.6. Teknik Analisis Data	47

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden.....	62
4.1.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	62
4.1.2. Responden Menurut memiliki kerupuk favorit	62
4.1.3. Responden Menurut tingkat pendidikan	63
4.1.4. Responden Menurut jenis pekerjaan	63
4.1.5. Responden Menurut sudah pernah membeli	64
4.1.6. Responden Menurut kemudahan membeli produk	65
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.1. Uji Validitas	66
4.2.1.1. Kualitas Produk	66

4.2.1.2. Kepuasan Pelanggan	67
4.2.1.3. Word Of Mouth.....	68
4.2.1.4. Minat Beli Ulang	69
4.2.1. Uji Reliabilitas.....	70
4.3. Proses Analisis Data & Pengujian Model Penelitian.....	71
4.3.1. Tahap 1 Pengembangan Model.....	71
4.3.2. Tahap 2 Menyusun diagram Alur	71
4.3.3. Tahap 3 Konversi Diagram Alur diagram persamaan	71
4.3.4. Tahap 4 Memilih matrik input dan teknik estimasi ...	71
4.3.5. Confirmatory Factor analysis Model	73
4.3.6. Analisis Structural Equation Model.....	76
4.3.7. Tahap 5 Menilai Problem identifikasi	80
4.3.8.. Tahap 6 Evaluasi Kriteria Godness of fit.....	80
4.3.8.1. Evaluasi Outliers.....	81
4.3.8.1. Uji Normalitas Data	83
4.3.8.1. Uji Kesesuaian Godness Of fit.....	85
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	85
4.4.1. Uji Hipotesis 1.....	86
4.4.2. Uji Hipotesis 2.....	86
4.4.3. Uji Hipotesis 3.....	86

4.4.4. Uji Hipotesis 4.....	87
4.4.5. Uji Hipotesis 5.....	87
BAB V : KESIMPULAN & IMPLIKASI	
5.1. Kesimpulan Hipotesis	88
5.1.1. Kesimpulan Hipotesis 1	88
5.1.2. Kesimpulan Hipotesis 2	89
5.1.3. Kesimpulan Hipotesis 3	89
5.1.4. Kesimpulan Hipotesis 4	89
5.1.5. Kesimpulan Hipotesis 5	90
5.2. Kesimpulan mengenai masalah penelitian	90
5.3. Implikasi.....	93
5.3.1. Implikasi Manajerial	93
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	94
5.5. Agenda Penelitian Mendatang	95
Daftar Pustaka.....	96
Lampiran.....	101