

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3.2 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.1 Pemasaran .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.2 Minat Beli Ulang .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.3 Kepercayaan.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.4 Citra Merek .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.5 Kualitas Layanan.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.6 Risiko.....</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>32</b>
<b>2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan .....</b>	<b>32</b>

2.3.3	Pengaruh Risiko terhadap Kepercayaan.....	33
2.3.4	Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang .....	34
2.3.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	34
2.3.6	Pengaruh Risiko terhadap Minat Beli Ulang .....	35
2.3.7	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat beli ulang .....	35
2.4	Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.1.1	Data Primer .....	38
3.1.2	Data Sekunder .....	38
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.3	Populasi dan Sampel .....	39
3.4	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	40
3.5	Metode Analisis Data .....	41
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	42
3.5.3	Uji Instrumen (Uji Reliabilitas dan Validitas) .....	42
3.5.4	Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>62</b>
4.1	Identitas Responden.....	62
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	62
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli.....	63
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian .....	65
4.2.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek .....	66
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan ..	66
4.2.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Risiko yang Dirasakan.....	67
4.2.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen .....	68

4.2.5	Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang ...	69
4.3	Analisis Structural Equation Model (SEM) .....	70
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> )..	70
4.3.2	Uji Normalitas Data.....	80
4.3.3	Multivariate Outliers .....	81
4.3.4	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	83
4.3.5	Uji Validitas.....	83
4.3.6	Uji Reliabilitas.....	85
4.3.7	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	86
4.4	Uji Efek Mediasi ( <i>Path Analysis</i> ) .....	89
4.5	Pembahasan .....	93
4.5.1	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Kepercayaan Konsumen .....	94
4.5.2	Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen .....	95
4.5.3	Pengaruh Variabel Risiko yang Dirasakan terhadap Kepercayaan Konsumen .....	96
4.5.4	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang....	97
4.5.5	Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang .....	98
4.5.6	Pengaruh Variabel Risiko yang Dirasakan terhadap Minat Beli Ulang.....	99
4.5.7	Pengaruh Variabel Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	101
BAB V	PENUTUP .....	103
5.1	Kesimpulan .....	103
5.2	Saran .....	104
5.3	Implikasi Manajerial .....	105
5.4	Keterbatasan Studi .....	108
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	108
DAFTAR	PUSTAKA .....	110

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>
----------------------	------------