

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian Ulang.....	18
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.4 Citra merek .....	28
2.1.5 Brand Trust .....	30
2.2 Pengaruh Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	33
2.2.1 Pengaruh Citra merek dengan Kepuasan .....	33
2.2.2 Pengaruh kepercayaan merek dengan Kepuasan .....	34
2.2.3 Pengaruh Citra merek dengan Keputusan pembelian ulang	34

2.2.4 Pengaruh kepercayaan merek dengan Keputusan pembelian ulang .....	35
2.2.5 Pengaruh Kepuasan dengan Keputusan pembelian ulang ...	36
2.3 Penelitian Terdahulu .....	37
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.1.1 Klasifikasi Variabel Penelitian .....	41
3.1.2 Definisi Konseptual Variabel .....	41
3.1.3 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	43
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5 Skala Pengukuran Data .....	47
3.6 Metode Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Usia terhadap Jenis Kelamin	56
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan terhadap Jenis Kelamin.....	57
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pengeluaran terhadap Jenis Kelamin.....	58
4.1.4 Deskripsi Responden berdasarkan Terakhir Melakukan Pembelian terhadap Jenis Kelamin .....	59
4.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	59
4.2.1 Citra merek .....	60
4.2.2 kepercayaan merek .....	62
4.2.3 Kepuasan.....	63
4.2.4 Keputusan pembelian ulang.....	65

4.3 Analisis Kuantitatif .....	67
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.3 <i>Path Analysis</i> .....	73
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	75
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi .....	77
4.3.6 Sobel Test .....	75
4.4 Pembahasan.....	79
4.4.1 Pengaruh Citra merek terhadap Kepuasan.....	80
4.4.2 Pengaruh antara kepercayaan merek terhadap Kepuasan ....	81
4.4.3 Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian ulang	82
4.4.4 Pengaruh antara Brand trust terhadap Keputusan pembelian ulang .....	82
4.4.5 Pengaruh Kepuasan terhadap Keputusan pembelian ulang.	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Kebijakan .....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	90
5.4 Agenda Penelitian Mendatang .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN 1	
LAMPIRAN 2	
LAMPIRAN 3	
LAMPIRAN 4	