

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian .....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iv
Abstrak .....	v
<i>Abstract</i> .....	vi
Motto dan Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	15
2.1.2 Citra Merek .....	18
2.1.3 Nilai Pelanggan .....	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan .....	24
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.2.1 Pengaruh antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.2 Pengaruh antara Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan .....	26
2.2.3 Pengaruh antara Citra Merek dengan Minat Beli Ulang .....	27
2.2.4 Pengaruh antara Nilai Pelanggan dengan Minat Beli Ulang .....	28
2.2.5 Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang.....	30

2.3 Penelitian Terdahulu .....	31
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis .....	37
2.5 Definisi Konseptual dan Indikator Variabel .....	38
2.5.1 Definisi Konseptual dan Indikator Variabel Citra Merek ..	38
2.5.2 Definisi Konseptual dan Indikator Variabel Nilai Pelanggan.....	39
2.5.3 Definisi Konseptual dan Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	40
2.5.4 Definisi Konseptual dan Indikator Variabel Minat Beli Ulang .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	44
3.1.1 Variabel Penelitian .....	44
3.1.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	47
3.2.1 Populasi .....	47
3.2.2 Sampel.....	47
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3.1 Jenis Data .....	49
3.3.2 Sumber Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.4.1 Studi Pustaka.....	51
3.4.2 Kuesioner .....	51
3.5 Metode Analisis Data .....	53
3.5.1 Analisis Kualitatif .....	53
3.5.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	53
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	54
3.5.2.1 Uji Validitas .....	54
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	56
3.5.3.2 Uji Multikolonieritas .....	56
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
3.5.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	60
3.5.5.1 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	60
3.5.5.2 Uji Statistik F .....	61
3.5.5.3 Uji Statistik t .....	62
3.5.6 Mendeteksi Pengaruh Mediasi .....	62

3.5.6.1 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	62
3.5.6.2 Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Deskripsi Produk.....	66
4.1.2 Gambaran Responden .....	69
4.1.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.1.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan...	72
4.1.2.5 Gambaran Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk Tupperware .....	73
4.2 Analisis Data .....	74
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel.....	74
4.2.1.1 Analisis Deskripsi Indeks Variabel Citra Merek ...	76
4.2.1.2 Analisis Deskripsi Indeks Variabel Nilai Pelanggan.....	78
4.2.1.3 Analisis Deskripsi Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan .....	81
4.2.1.4 Analisis Deskripsi Indeks Variabel Minat Beli Ulang .....	82
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	85
4.2.2.1 Uji Validitas .....	85
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	86
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	87
4.2.3.2 Uji Multikolonieritas .....	91
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	92
4.2.4 Analisis Regresi Berganda .....	94
4.2.4.1 Hasil Regresi Berganda Variabel Citra Merek dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	95
4.2.4.2 Hasil Regresi Berganda Variabel Citra Merek, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang.....	97
4.2.5 <i>Goodness of Fit</i> .....	98
4.2.5.1 Uji Koefisien Determinasi.....	99
4.2.5.2 Uji Statistik F .....	100
4.2.5.3 Uji Statistik t .....	102
4.2.6 Mendeteksi Pengaruh Mediasi .....	105
4.2.6.1 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	105

4.2.6.2 Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....	107
4.3 Pembahasan.....	110
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	110
4.3.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang .....	112
4.3.4 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	113
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	113
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	115
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	115
5.2 Implikasi Penelitian.....	117
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	117
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	120
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	122
Daftar Pustaka .....	124
Lampiran-lampiran.....	131