

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN LULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Citra Asal Produk	12
2.1.2 Persepsi Harga.....	13
2.1.3 Kemenarikan Produk.....	20
2.1.4 <i>Customer Value</i> / Nilai Pelanggan	21
2.1.5 Minat beli ulang	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.2.1 Pengaruh Citra Asal Produk dengan <i>Customer Value</i>	24

2.2.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap <i>Customer Value</i>	25
2.2.3	Pengaruh Kemenarikan Produk terhadap <i>Customer Value</i>	25
2.2.4	Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	26
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.4	Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
3.1.1	Variabel Penelitian.....	29
3.1.1.1	<i>Dependent Variable</i> (Variabel Endogen).....	29
3.1.1.2	Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>).....	30
3.1.1.3	<i>Independent Variable</i> (Variabel Exogen)	30
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.3	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1	Jenis Data	34
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Metode Analisis Data.....	37
3.6	Uji Sobel	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Responden	49
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.3	Deskripsi responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
4.1.4	Deskripsi responden berdasarkan kategori pekerjaan	51
4.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	52
4.2	Hasil Analisis	53
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2.1.1	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Asal Produk .	54
4.2.1.2	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	56
4.2.1.3	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kemenarikan Produk	59

4.2.1.4	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Value</i>	61
4.2.1.5	Analisis jawaban responden terhadap variabel minat beli ulang	62
4.2.2	Analisis SEM	65
4.2.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)	65
4.2.2.2	Analisis Full Model SEM	69
4.2.2.2.1	Asumsi SEM	70
4.2.2.2.2	Pengujian Hipotesis.....	77
4.3	Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Ringkasan Penelitian.....	90
5.2	Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian	91
5.2.1	Kesimpulan Hipotesis 1	91
5.2.2	Kesimpulan Hipotesis 2	91
5.2.3	Kesimpulan Hipotesis 3	92
5.2.4	Kesimpulan Hipotesis 4	92
5.3	Implikasi Manajerial	92
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	100
5.5	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN		107