

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Minat Membeli Ulang	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	15
2.1.4 Promosi Penjualan.....	18

2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2.3	Dimensionalisasi Variabel	21
2.3.1	Dimensionalisasi Kualitas Pelayanan	21
2.3.2	Dimensionalisasi Kualitas Produk	21
2.3.3	Dimensionalisasi Promosi Penjualan	22
2.3.4	Dimensionalisasi Minat Beli Ulang	23
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	25
3.1.1	Variabel Penelitian	25
3.1.2	Definisi Operasional.....	25
3.2	Sampling	27
3.2.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	28
3.2.2	Penentuan Penarikan Sampel	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1	Data Primer	29
3.3.2	Data Sekunder	29
3.4	Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1	Observasi.....	30
3.4.2	Metode Survey	30
3.5	Metode Analisis Data	31
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	31
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	32
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	33

3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	33
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.1	Uji Multikolinearitas	33
3.7.2	Uji Heterokedastisitas	34
3.7.3	Uji Normalitas.....	35
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.9	Menilai Goodness of Fit.....	36
3.9.1	Adjusted R Square.....	36
3.9.2	Uji T	37
3.9.3	Uji F.....	37

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden.....	38
4.1.1	Data Identitas Jenis Kelamin Responden.....	38
4.1.2	Data Identitas Usia Responden.....	39
4.2	Pengujian.....	41
4.2.1	Hasil Uji Validitas	41
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3	Uji Deskriptif	43
4.3.1	Nilai Indeks Kualitas Pelayanan	44
4.3.2	Nilai Indeks Kualitas Produk	46
4.3.3	Nilai Indeks Promosi Penjualan	47
4.3.4	Nilai Indeks Minat Beli Ulang	49

4.4	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.1	Uji Normalitas.....	50
4.4.2	Uji Multikolinearitas	51
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	52
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.6.	Menilai Goodness of Fit.....	55
4.6.1	Adjusted R Square.....	55
4.6.2	Uji T	56
4.6.3	Uji F.....	58

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1	Pendahuluan	61
5.2	Ringkasan Penelitian.....	61
5.3	Kesimpulan Hipotesis.....	63
5.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	63
5.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	63
5.3.3	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang	64
5.4	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	64
5.5	Implikasi Teoritis dan Manajerial.....	65
5.5.1	Implikasi Teoritis	65
5.5.2	Implikasi Manajerial	67
5.6	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.7	Agenda Penelitian Mendatang.....	69