

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINIL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Minat Beli Ulang.....	12
2.2 Produk Inti	15
2.3 Produk Peripheral	24
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.5 Dimensionalisasi Variabel	41
2.5.1 Variabel Produk Inti	41
2.5.2 Variabel Produk Peripheral	42
2.6 Penelitian Rujukan.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46

3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	46
3.3 Obyek Penelitian	46
3.4 Sumber Data	47
3.5 Metode Pengumpulan Data	48
3.6 Definisi Operasional	49
3.7 Metode Analisis Data	50
3.7.1 Analisis Kuantitatif	50
3.7.1.1 Uji Validitas	50
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	51
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.7.2.1 Uji Normalitas	52
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	52
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	53
3.7.2.4 Uji Autokorelasi.....	53
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.7.4 Uji <i>Goodness of fit</i>	56
3.7.5 Uji Parsial (Uji t)	57
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Responden	59
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	60

4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2 Uji Kuesioner	62
4.2.1 Uji Validitas	62
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	64
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	64
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	65
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	66
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	67
4.3 Hasil Analisis Regresi Berganda	68
4.4 Kelayakan Model	69
4.4.1 <i>Goodness of fit</i> model	69
4.4.2 Koefisien Determinasi	70
4.5 Pengujian Hipotesis	71
4.6 Hasil Penelitian	72
4.6.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	72
4.6.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Produk Inti	73
4.6.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel	
Produk peripheral	76
4.6.1.3 Analisis Indeks Responden Terhadap Variabel Minat Beli	
Ulang	78
4.7 Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	80

5.1 Ringkasan Penelitian	80
5.2 Kesimpulan	81
5.2.1 Kesimpulan atas hipotesis	81
5.2.1.1 Pengaruh Produk Inti Terhadap Minat Beli Ulang	81
5.2.1.2 Pengaruh Produk Peripheral Terhadap Minat Beli Ulang	81
5.3 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	82
5.4 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86