

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Motto	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.2 Promosi Harga	15
2.3 Persepsi kualitas produk	16
2.4 Kualitas Pelayanan.....	17
2.5 Kepuasan Konsumen	21
2.6 Minat Pembelian Ulang	22
2.7 Pengembangan Hipotesis	26
2.7.1 Pengaruh promosi harga terhadap persepsi kualitas produk	26
2.7.2 Pengaruh promosi harga terhadap kualitas pelayanan	27
2.7.3 Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	27
2.7.4 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	28
2.7.5 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat pembelian ulang	29
2.7.6 Pengaruh promosi harga terhadap minat pembelian ulang	30
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Definisi Operasional	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1. Validitas Dan Reliabilitas.....	41
3.6.2. SEM AMOS	42
3.6.3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	48

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1. Data dan Deskriptif Responden.....	50
4.1.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.1.4. Data Responden Berdasarkan Pendapatan	52
4.1.5. Data Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	53
4.2 Hasil Analisis	53
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2.2. Analisis SEM.....	62
4.2.2.1 Analisis <i>Standardized Regression Weight</i>	62
4.2.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	69
4.2.2.3 Full Model SEM.....	74
4.2.2.4 Asumsi SEM	74
4.3 Pengujian SEM	80
4.4 Pembahasan Hipotesis	86

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan Hipotesis	92
--------------------------------	----

5.2 Kesimpulan Permasalahan Penelitian	93
5.3 Implikasi Teoritis	100
5.4 Implikasi Manajerial	101
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	103
DAFTAR PUSTAKA	104