

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Batasan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kreatif Industri	19
2.2 Manajemen Pemasaran.....	20
2.3 Teori Perilaku Konsumen	23
2.4 Theory Planned Behaviour.....	25
2.5 Consumer Environment	26
2.6 Consumer Affect and Cognition	28
2.7 Minat Beli Ulang.....	29
2.8 Kualitas Pelayanan.....	30

2.9 Citra Merek	33
2.10 Persepsi Harga.....	35
2.11 Penelitian Terdahulu	36
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.1.1 Jenis Penelitian.....	39
3.1.2 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	40
3.2.2 Waktu Penelitian	40
3.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	40
3.3 Variabel Penelitian.....	41
3.4 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	41
3.5 Operasionalisasi Variabel	43
3.6 Analisis Data	49
3.6.1 Sumber Data	50
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.6.3 Populasi dan Sampel	51
3.6.3.1 Populasi.....	51
3.6.3.2 Sampel.....	51
3.6.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.6.3.4 Kriteria Pengambilan Sampel	52
3.5.4 Uji Instrumen Penelitian	53
3.5.4.1 Uji Validitas	53
3.5.4.2 Uji Reliabilitas	53
3.5.4.3 Data Deskriptif Responden Penelitian	54
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.5.1 Uji Normalitas.....	54
3.5.5.2 Uji Multikolinearitas	55
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55

3.5.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	56
3.5.7 Uji Hipotesis	57
3.5.7.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	57
3.5.7.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	58
3.5.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
1.5.9 Analisis Mean5.....	96

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan	61
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-Test).....	62
4.2.1 Uji Validitas (Pre-Test).....	63
4.2.1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1).....	63
4.2.1.2 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	64
4.2.1.3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3).....	65
4.2.1.4 Uji Validitas Variabel Minat Pembelian Ulang (Y).....	67
4.2.2 Uji Reliabilitas (Pre-Test)	68
4.3 Analisis Profil Responden.....	69
4.4 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas Main Test)	76
4.4.1 Uji Validitas (Main Test)	76
4.4.1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1).....	76
4.4.1.2 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	77
4.4.1.3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3).....	79
4.4.1.4 Uji Validitas Variabel Minat Pembelian Ulang (Y).....	79
4.4.2 Uji Reliabilitas (Main Test)	80
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5.1 Uji Normalitas.....	82
4.5.2 Uji Multikolinearitas	83
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	85
4.7 Uji Hipotesis	88
4.7.1 Uji t (Parsial).....	88

4.7.2 Uji F (Simultan)	90
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.8 Analisis Indikator (Mean)	92
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	95

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	98
5.2 Implikasi Manajerial	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	99
5.4 Saran	99
5.4.1 Saran Untuk Perusahaan	99
5.4.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	100

DAFTAR PUSTAKA	104
----------------------	-----

RIWAYAT HIDUP	105
---------------------	-----

LAMPIRAN	19
----------	----

