

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Konsep Pemasaran	10
2.2 Perilaku konsumen	11
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .. .	12
2.3 Pelanggan	14
2.4 Pengalaman Pelanggan	15
2.4.1 Alat Ukur Pengalaman Pelanggan	18
2.5 Nilai Pelanggan	22
2.5.1 Sumber Nilai Pelanggan	24
2.5.2 Dimensi Faktor Nilai Pelanggan	24
2.6 Minat Pembelian Ulang	25
2.7 Penelitian Terdahulu	30
2.8 Kerangka Pemikiran	31
2.9 Hipotesis	32
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Definisi Konseptual	34

3.3 Definisi Operasional	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.5 Teknik Sampel	38
3.6 Sumber Data	38
3.7 Skala Pengukuran	38
3.8 Teknik Pengumpulan Data	39
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	40
3.9.1 Uji Validitas Kuesioner	40
3.9.2 Uji Reliabilitas	41
3.10 Uji Asumsi Klasik	42
3.10.1 Uji Multikolinieritas	43
3.10.2 Uji Heteroskedastisitas	43
3.10.3 Uji Normalitas	43
3.11 Analisis Regresi Berganda.....	44
3.12 Uji Hipotesis	45
3.12.1 Uji R^2	45
3.12.2 Uji parsial (Uji t).....	45
3.12.3 Uji simultan (uji f)	46

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	48
4.2 Hasil Analisis Data	50
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif	50
A. Karakteristik Responden	55
B. Analisis Jawaban Responden	70
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
A. Uji Normalitas.....	70
B. Uji Heteroskedastisitas.....	72
C. Uji Multikolinieritas.....	73
4.2.3 Pengujian Regresi Linier Berganda.....	74
4.2.4 Uji Hipotesis	76
A. Uji R^2	76
B. Uji t	77
C. Uji F	78
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang	79
4.3.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang	82
4.3.3 Pengaruh Pengalaman, dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	84

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN