

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Kualitas Produk	17
3. Harga	20
5. Citra Merek	23
4. Promosi	26
6. Minat Beli Ulang	30
7. Penelitian Terdahulu	31
B. Pengembangan Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
1. Definisi Variabel	44
2. Operasionalisasi variabel.....	48
D. Skala Pengukuran Variabel.....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian	52
1. Populasi Penelitian	52
2. Sampel Penelitian.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Metode Analisa Data	55
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	55
2. Uji Instrumen.....	56
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	57
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Statistik Deskriptif	63
1. Deskripsi Responden.....	63
2. Deskripsi Variabel.....	66
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	71
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek	84
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	84
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	84

4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	85
5. Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek	85
6. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	86
7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99



UNIVERSITAS
MERCU BUANA