

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN</b> .....	<b>13</b>
<b>HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
b. <i>Marketing Mix</i> .....	14
2. Minat Beli Ulang.....	16
a. Pengertian Minat Beli Ulang.....	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang .....	18
c. Dimensi dan Indikator Minat Beli Ulang.....	21
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	21
a. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	21
( <i>Perceived Ease of Use</i> )	
b. Dimensi dan Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	22
( <i>Perceived Ease of Use</i> )	
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	23
a. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	23
b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	24
5. <i>Marketing Communication</i> .....	25
a. Pengertian <i>Marketing Communication</i> .....	25
b. Dimensi dan Indikator <i>Marketing Communication</i> .....	25
6. Hubungan Antar Variabel.....	28
a. Hubungan persepsi kemudahan penggunaan .....	28
terhadap minat beli ulang	

b. Hubungan <i>electronic word of mouth</i> .....	29
terhadap minat beli ulang	
c. Hubungan <i>marketing communication</i> .....	29
terhadap minat beli ulang	
7. Penelitian Terdahulu.....	30
8. Kerangka Konseptual .....	37
B. Pengembangan Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	40
1. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	40
2. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	40
D. Skala Pengukuran Variabel .....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
F. Jenis Sumber Data .....	45
G. Teknik Pengumpulan Data .....	45
H. Teknik Pengolahan Data .....	46
I. Metode Analisis.....	48
1. Analisis Deskriptif .....	48
2. <i>Partial Least Square</i> .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	59
B. Karakteristik Responden .....	60
C. Statistik Deskriptif Variabel.....	62
D. Metode Analisis Data .....	66
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model .....	67
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	69
E. Pembahasan .....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
A. Simpulan .....	79
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>