

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian Ulang.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian Ulang	8
2.1.1.2 Indikator-indikator Keputusan Pembelian Ulang.....	9
2.1.2 Harga	9
2.1.2.1 Pengertian Harga	9
2.1.2.2 Indikator Harga	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	10
2.1.3.1 Pengertian Produk	10
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.3.3 Indikator Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan	12
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12

2.1.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.5 <i>Brand Image</i>	14
2.1.5.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.5.2 Indikator <i>Brand Image</i>	14
2.1.6 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	15
2.1.6.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.1.6.2 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.2.1. Penelitian Terdahulu 1	16
2.2.2. Penelitian Terdahulu 2.....	16
2.2.3. Penelitian Terdahulu 3.....	17
2.2.4. Penelitian Terdahulu 4.....	17
2.2.5. Penelitian Terdahulu 5.....	17
2.2.6. Penelitian Terdahulu 6.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1.Kerangka Pemikiran	18
2.3.2.Pengembangan Hipotesis.....	19
2.3.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang	19
2.3.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	20
2.3.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang	20
2.3.2.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang	20
2.3.2.5 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Operasional Variabel.....	25
3.6 Teknik Analisis	27

3.6.1 Analisis Statistik Data	27
BAB IV	30
4.1 Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian	32
4.1.1 Karakteristik Responden.....	32
4.1.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	32
4.1.1.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Usia.....	33
4.1.1.3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Domisili	34
4.1.1.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	34
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel	35
4.1.2.1 Variabel Harga	35
4.1.2.2 Variabel Kualitas Produk	36
4.1.2.3 Variabel Kualitas Pelayanan	37
4.1.2.4 Variabel <i>Brand Image</i>	38
4.1.2.5 Variabel <i>E-WOM</i>	39
4.1.2.6 Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	41
4.2 Hasil dan Analisis Penelitian.....	42
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	42
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	43
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.3 Pembahasan	50
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang	50
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	51
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang	51
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang	52
4.3.5 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang	53
BAB V.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
5.2.1 Bagi Perusahaan	55
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	56