

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Keaslian Skripsi	ii
Pengesahan Skripsi.....	iii
Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Abstraksi.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II Tinjauan Pustaka.....	12
2.1 Telaah Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 Minat Beli Ulang.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III Metode Penelitian.....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1 Variabel Penelitian.....	31

3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5 Analisis Data.....	37
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	38
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.2 Deskripsi Responden.....	48
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.1 Model Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.3 Evaluasi Goodness of Fit.....	70
4.4.4 Uji-t.....	73
4.5 Uji Mediasi <i>Sobel Test</i>	77
4.6 Pembahasan.....	82
BAB V Penutup.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
Daftar Pustaka.....	91
Lampiran – lampiran	