

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Tujuan	17
1.4. Kegunaan Penelitian.....	18
1.5. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Landasan Teori	21
2.1.1. Teori Tindakan Beralasan	21
2.1.2. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.1.3. Minat Beli Ulang.....	26
2.1.4. Sikap.....	30
2.1.5. Norma Subjektif.....	37
2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	45
2.3. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48

3.1.1. Variabel Penelitian.....	48
3.1.2. Definisi Operasional	48
3.2. Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1. Populasi.....	50
3.2.2. Sampel	50
3.3. Jenis dan Sumber Data	51
3.4. Metode Pengumpulan Data	52
3.5. Uji Kelayakan Kuesioner	53
3.5.1. Uji Semantik	53
3.5.2. Uji Statistik	64
3.6. Metode Analisis Data	66
3.6.1. Analisis SEM	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	79
4.2. Gambaran Umum Responden.....	81
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Umur	81
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	86
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	87
4.3. Evaluasi Asumsi SEM.....	89
4.3.1. Uji Normalitas.....	89
4.3.2. Uji Outliners	90
4.3.3. Uji Multikolinearitas.....	91
4.3.4. Uji Kecukupan Data.....	92
4.4. Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	
4.4.1. <i>Confirmatory Factory Analysis</i> (CFA) Konstruk Eksogen	
4.4.2. <i>Confirmatory Factory Analysis</i> (CFA) Konstruk Endogen	90
4.5. Analisis Full Model	98
4.6. Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	103

4.6.1. Uji Reliabilitas Konstruk	103
4.6.2. Uji Validitas Konstruk	104
4.7. Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	105
4.8. Uji Efek Mediasi.....	106
4.9. Uji Hipotesis.....	109
4.9.1. H1: Pengaruh Minat Beli Ulang terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	110
4.9.2. H2: Pengaruh sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian.....	110
4.9.3. H3: Pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang.....	111
4.9.4. H4: Pengaruh norma subjektif terhadap pengambilan keputusan pembelian.....	112
4.9.5. H5: Pengaruh norma subjektif terhadap minat beli ulang	112
BAB V PENUTUP.....	114
5.1. Kesimpulan Masalah Penelitian	114
5.1.1. Minat Beli Ulang disebabkan oleh Sikap Konsumen	114
5.1.2. Minat Beli Ulang disebabkan oleh Norma Subjektif.....	115
5.2. Implikasi Teoritis.....	115
5.3. Implikasi Manajerial.....	119
5.4. Keterbatasan Penelitian	124
5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	125
DAFTAR PUSTAKA	126