

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN TEORETIK.....	12
A. Deskripsi Konseptual	12
1. Niat Pembelian Ulang	12
2. Kepercayaan Konsumen.....	17
3. Persepsi Manfaat.	24
B. Hasil Penelitian yang Relevan	28
C. Kerangka Teoretik.....	41
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Tujuan Penelitian	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
1. Tempat Penelitian.....	45
2. Waktu Penelitian	45
C. Metode Penelitian.....	46
1. Metode.....	46
2. Kontelasi Hubungan Antar Variabel.....	46
D. Populasi dan Sampling.....	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Niat Pembelian Ulang	49

a.	Definisi Konseptual.....	49
b.	Definisi Operasional.....	49
c.	Kisi-kisi Instrumen Niat Pembelian Ulang	50
d.	Validasi Instrumen Niat Pembelian Ulang.....	52
2.	Kepercayaan Konsumen.....	55
a.	Definisi Konseptual.....	55
b.	Definisi Operasional.....	55
c.	Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen.....	55
d.	Validasi Instrumen Kepercayaan Konsumen	57
3.	Persepsi Manfaat	59
a.	Definisi Konseptual.....	59
b.	Definisi Operasional.....	60
c.	Kisi-kisi Instrumen Persepsi Manfaat	60
d.	Validasi Instrumen Persepsi Manfaat.....	62
F.	Teknik Analisis Data.....	64
1.	Uji Persyaratan Analisis	65
a.	Uji Normalitas Kolmogorov	65
b.	Uji Linieritas Regresi	66
2.	Analisis Regresi Linier.....	66
3.	Uji Hipotesis	67
a.	Perhitungan Koefisien Korelasi	67
b.	Uji t	68
c.	Perhitungan Koefisien Determinasi	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Deskripsi Data.....	70
1. Deskripsi Data Variabel	70
a. Variabel Niat Pembelian Ulang	70
b. Variabel Kepercayaan Konsumen.....	74
c. Variabel Persepsi Manfaat	77
B. Pengujian Hipotesis.....	81
1. Pengujian Persyaratan Analisis	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Linieritas Regresi	82
2. Analisis Regresi Linier Berganda	84
3. Uji Hipotesis	85
a. Perhitungan Koefisien Korelasi	85
b. Uji t	86
c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	88
C. PEMBAHASAN	90
1. Kepercayaan Konsumen dengan Niat Pembelian Ulang	90
2. Persepsi Manfaat dengan Niat Pembelian Ulang.....	92
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
1. Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang	94
2. Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian Ulang.....	95

B. Implikasi.....	96
C. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	172

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel II. 2 Persamaan dan Perbandingan Penelitian	38
Tabel III. 1 Data Populasi Terjangkau	49
Tabel III. 2 Kisi-Kisi Instrumen Niat Pembelian Ulang	51
Tabel III. 3 Skala Penilaian Instrumen Niat Pembelian Ulang	52
Tabel III. 4 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen.....	56
Tabel III. 5 Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan Konsumen.....	57
Tabel III. 6 Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Manfaat	61
Tabel III. 7 Skala Penilaian Instrumen Persepsi Manfaat	62
Tabel IV. 1 Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang.....	70
Tabel IV. 2 Distribusi Frekuensi Niat Pembelian Ulang	71
Tabel IV. 3 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Variabel Niat Pembelian Ulang	73
Tabel IV. 4 Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen	74
Tabel IV. 5 Distribusi Frekuensi Kepercayaan Konsumen.....	75
Tabel IV. 6 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen	77
Tabel IV. 7 Statistik Deskriptif Persepsi Manfaat.....	78
Tabel IV. 8 Distribusi Frekuensi Persepsi Manfaat	79
Tabel IV. 9 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Variabel Persepsi Manfaat.....	81
Tabel IV. 10 Hasil Uji Normalitas pada SPSS	82
Tabel IV. 11 Hasil SPSS Uji Linieritas Y atas X1	83
Tabel IV. 12 Hasil SPSS Uji Linieritas Y atas X2.....	83
Tabel IV. 13 Kepercayaan Konsumen (X1) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y).....	84

Tabel IV. 14 Persepsi Manfaat (X2) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y).....	85
Tabel IV. 15 Koefisien Korelasi Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Ulang ...	86
Tabel IV. 16 Koefisien Korelasi Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian Ulang	87
Tabel IV. 17 Hasil Uji t Kepercayaan Konsumen.....	88
Tabel IV. 18 Koefisien Determinasi Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Ulang	89
Tabel IV. 19 Koefisien Determinasi Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian Ulang	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Survei awal Niat Pembelian Ulang	3
Gambar I. 2 Survei Awal Kepercayaan Konsumen	4
Gambar I. 3 Survei awal Persepsi Manfaat	6
Gambar III. 1 Konstelasi antar Variabel	46
Gambar IV. 1 Histogram Niat Pembelian Ulang	72
Gambar IV. 2 Histogram Kepercayaan Konsumen.....	76
Gambar IV. 3 Histogram Persepsi Manfaat	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Balasan.....	103
LAMPIRAN 2 Kuesioner Uji Coba Niat Pembelian Ulang (Y).....	105
LAMPIRAN 3 Hasil Instrumen Uji Coba Niat Pembelian Ulang (Y).....	108
LAMPIRAN 4 Perhitungan analisis butir Variabel Y (Niat Pembelian Ulang) .	109
LAMPIRAN 5 Data perhitungan Validitas Variabel Y (Niat Pembelian Ulang)	111
LAMPIRAN 6 Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas Variabel Y (Niat Pembelian Ulang).....	112
LAMPIRAN 7 Data perhitungan validitas Variabel Y (Niat Pembelian Ulang)	113
LAMPIRAN 8 Perhitungan varians butir, varians total dan uji reliabilitas Variabel Y (Niat Pembelian Ulang).....	114
LAMPIRAN 9 Kuesioner Uji Coba Kepercayaan Konsumen (X1)	116
LAMPIRAN 10 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen)	119
LAMPIRAN 11 Perhitungan analisis butir Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen)	120
LAMPIRAN 12 Data perhitungan Validitas Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen).....	122
LAMPIRAN 13 Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen).....	123

LAMPIRAN 14 Data perhitungan validitas Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen)	124
LAMPIRAN 15 Perhitungan varians butir, varians total dan uji reliabilitas Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen)	125
LAMPIRAN 16 Kuesioner Uji Coba Persepsi Manfaat (X2).....	127
LAMPIRAN 17 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Persepsi Manfaat).....	129
LAMPIRAN 18 Perhitungan analisis butir Variabel X2 (Persepsi Manfaat)	130
LAMPIRAN 19 Data perhitungan Validitas Variabel X2 (Persepsi Manfaat)...	132
LAMPIRAN 20 Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas Variabel X2 (Persepsi Manfaat)	133
LAMPIRAN 21 Data perhitungan Validitas Variabel X2 (Persepsi Manfaat) ..	134
LAMPIRAN 22 Perhitungan varians butir, varians total dan uji reliabilitas Variabel X2 (Persepsi Manfaat).....	135
LAMPIRAN 23 Kuesioner Final Niat Pembelian Ulang (Y)	137
LAMPIRAN 24 Data Mentah Final Variabel Niat Pembelian Ulang.....	139
LAMPIRAN 25 Proses perhitungan menggambar grafik Histogram Niat Pembelian Ulang	141
LAMPIRAN 26 Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang	142
LAMPIRAN 27 Perhitungan Skor Dominan Indikator Niat Pembelian Ulang..	143
LAMPIRAN 28 Kuesioner Final Variabel Kepercayaan Konsumen (X1).....	145
LAMPIRAN 29 Data Mentah Final Variabel X1 (Kepercayaan Konsumen)	147
LAMPIRAN 30 Proses perhitungan menggambar grafik Histogram Kepercayaan Konsumen	149

LAMPIRAN 31 Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen	150
LAMPIRAN 32 Perhitungan Skor Dominan Indikator Kepercayaan Konsumen	151
LAMPIRAN 33 Kuesioner Final Variabel Prsepsi Manfaat (X2).....	153
LAMPIRAN 34 Data Mentah Final Variabel X2 (Persepsi Manfaat).....	155
LAMPIRAN 35 Proses perhitungan menggambar grafik Histogram Persepsi Manfaat	157
LAMPIRAN 36 Statistik Deskriptif Persepsi Manfaat.....	158
LAMPIRAN 37 Perhitungan Skor Dominan Indikator Persepsi Manfaat.....	159
LAMPIRAN 38 Uji Normalitas	161
LAMPIRAN 39 SPSS Uji Linieritas Y (Niat Pembelian Ulang) atas X1 (Kepercayaan Konsumen) dan X2 (Persepsi Manfaat).....	162
LAMPIRAN 40 Persamaan Regresi Ganda.....	163
LAMPIRAN 41 Koefisien Korelasi Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang	165
LAMPIRAN 42 Hasil Uji t Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang.....	166
LAMPIRAN 43 Koefisien Determinasi Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang	167
LAMPIRAN 44 Koefisien Korelasi Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian Ulang.....	169
LAMPIRAN 45 Hasil Uji t Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian Ulang .	170

LAMPIRAN 46 Koefisien Determinasi Persepsi Manfaat terhadap Niat Pembelian	
Ulang	171