

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	20
1.3 Pembatasan Masalah .....	21
1.4 Perumusan Masalah.....	21
1.5 Kegunaan Penelitian .....	22
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	23
2.1.1 Promosi.....	23
2.1.2 Tujuan Promosi.....	27
2.1.3 Promosi Penjualan .....	28
2.1.4 Tujuan Promosi Penjualan .....	32
2.1.5 Kualitas Produk .....	38

2.1.6 Minat Beli Ulang ( Repurchase Intention) .....	45
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	51
2.3 Kerangka Teoretik .....	60
2.4 Hipotesis .....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	62
3.1.1 Tempat Penelitian .....	62
3.1.2 Objek Penelitian.....	62
3.1.3 Waktu Penelitian.....	63
3.1.4 Batasan Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian .....	64
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	64
3.3.1 Variabel Dependen .....	64
3.3.2 Variabel Independen .....	65
3.3.3 Skala Pengukuran .....	68
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	69
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	71
3.6 Metode Analisis .....	72
a. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	72
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
3.6.1 Uji Instrumen .....	74
3.6.1.1. Uji Validitas.....	74
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	75
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	76
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	76
3.6.2.2 Uji Linearitas .....	77

3.6.2.3 Uji Multikolinearitas.....	77
3.6.2.4 Uji Heterokedastisitas .....	78
3.6.3 Uji Hipotesis .....	78
3.6.3.1 Uji Signifikansi Individual (Uji T).....	78
3.6.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	79
3.6.3.3. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Unit Analisis .....	81
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan .....	85
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian.....	85
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	92
4.2.3 Uji Asumsi Dasar.....	113
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	118
4.2.5 Analisis Regresi.....	122
4.3 Implikasi Manajerial.....	142
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran.....	150

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Top Brand Index Kategori Smartphone 2013-2014.....	6
1.2	Jenis Kelamin Pra Reset.....	18
1.3	Pertanyaan Butir 1.....	18
1.4	Pertanyaan Butir 2.....	19
2.1	Review Penelitian Terdahulu.....	56
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	66
3.2	Skala Likert.....	68
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	84
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	84
4.5	Uji Validitas Promosi Penjualan Blackberry ( $X_1$ ).....	86
4.6	Uji Validitas Kualitas Produk Blackberry ( $X_2$ ).....	87
4.7	Uji Validitas Minat Beli Ulang Blackberry (Y).....	88
4.8	Uji Validitas Promosi Penjualan Samsung ( $X_1$ ).....	88
4.9	Uji Validitas Kualitas Produk Samsung ( $X_2$ ).....	89
4.10	Uji Validitas Minat Beli Ulang Samsung (Y).....	90
4.11	Uji Reliabilitas Blackberry.....	91
4.12	Uji Reliabilitas Samsung.....	92
4.13	Nilai Analisis Deskriptif Promosi Penjualan Samsung ( $X_1$ ).....	93
4.14	Nilai Analisis Deskriptif Promosi Penjualan Blackberry ( $X_1$ ).....	96

4.15	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk Samsung ( $X_2$ ).....	100
4.16	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk Blackberry ( $X_2$ ).....	104
4.17	Nilai Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang Samsung (Y).....	109
4.18	Nilai Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang Blackberry (Y).....	111
4.19	Uji Normalitas Samsung.....	114
4.20	Uji Normalitas Blackberry.....	115
4.21	Uji Linearitas Samsung.....	116
4.22	Uji Linearitas Blackberry.....	116
4.23	Uji Multikolinearitas Samsung.....	118
4.24	Uji Multikolinearitas Blackberry.....	119
4.25	Uji Heteroskedastisitas Samsung.....	121
4.26	Uji Heteroskedastisitas Blackberry.....	121
4.27	Uji t Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Samsung.....	122
4.28	Analisis determinasi Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Samsung.....	124
4.29	Uji t Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Blackberry.....	125
4.30	Analisis determinasi Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Blackberry.....	127
4.31	Uji t Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Samsung.....	128
4.32	Analisis determinasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Samsung.....	130
4.33	Uji t Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Blackberry.....	131

4.34 Analisis determinasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Blackberry.....	132
4.35 Uji F Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Samsung.....	133
4.36 Koefisien variabel Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Samsung.....	134
4.37 Analisis determinasi Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Samsung.....	136
4.38 Uji F Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Blackberry.....	138
4.39 Koefisien variabel Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Blackberry.....	138
4.40 Analisis determinasi Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Blackberry.....	141

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Langkah Pengujian Data Menggunakan SPSS
Lampiran 3	Hasil SPSS Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil SPSS Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil SPSS Uji Normalitas
Lampiran 6	Hasil SPSS Uji Linearitas
Lampiran 7	Hasil SPSS Uji Multikolinearitas
Lampiran 8	Hasil SPSS Uji Heterokedastisitas
Lampiran 9	Analisis Regresi Linear Sederhana
Lampiran 10	Analisis Regresi Linear Berganda