

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI ...	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Minat Beli Ulang	11
2. <i>Word of Mouth</i>	15
3. Daya Tarik Iklan	19
4. Persepsi Harga	21
5. Kualitas Produk	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Obyek Penelitian	36
C. Populasi	36
D. Sampel dan Teknik Sampling	37
1. Sampel	37
2. Teknik Sampling	37
E. Jenis Data Penelitian	38
F. Prosedur Pengambilan Data	38
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	39
1. Variabel Dependen	39
2. Variabel Independen	39
H. Definisi Variabel Operasional	39
I. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Realibilitas	43
J. Analisis Regresi Berganda	44
K. Uji Hipotesis	45
1. Uji Statistik t	45
2. Uji Statistik F	46
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 48
A. Karakteristik Responden	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	50
1. Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1)	50
2. Variabel Daya Tarik Iklan (X_2)	51
3. Variabel Persepsi Harga (X_3)	52

4. Variabel Kualitas Produk (X_4)	53
5. Variabel Minat Beli Ulang (Y)	54
C. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
D. Pengujian Hipotesis	58
1. Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
2. Hasil Uji F	59
3. Koefisien Determinasi (R^2)	59
E. Pembahasan	60
 BAB V PENUTUP	 65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2014-2016	8
Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya	29
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i> .	51
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Iklan	52
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga .	53
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	54
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang	55
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2 Data Jawaban 30 Responden	77
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 4 Data Karakteristik Responden	84
Lampiran 5 Frekuensi Karakteristik Responden	86
Lampiran 6 Data Jawaban 100 Responden	87
Lampiran 7 Deskripsi Variabel Penelitian	89
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian	93
Lampiran 10 Surat Balasan Ijin Penelitian	94