

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Minat Pembelian Ulang	11
a. Pengertian Minat Pembelian Ulang	11
b. Faktor Minat Pembelian Ulang.....	11
c. Indikator Minat Pembelian Ulang	13
2. Gaya Hidup.....	14
a. Pengertian Gaya Hidup.....	14
b. Bentuk Gaya Hidup	14

c. Dimensi Gaya Hidup	16
d. Indikator Gaya Hidup	18
3. Produk.....	21
a. Pengertian Produk.....	21
b. Tingkatan Produk.....	22
c. Klasifikasi Produk	23
4. Persepsi Kualitas Produk	24
a. Pengertian Persepsi Kualitas Produk	24
b. Nilai-Nilai Persepsi Kualitas Produk.....	27
c. Dimensi Persepsi Kualitas Produk.....	28
d. Indikator Persepsi Kualitas Produk	29
5. Desain Produk.....	29
a. Pengertian Desain Produk.....	29
b. Faktor Desain Produk	30
c. Tujuan Desain Produk	30
d. Strategi Desain Produk	31
e. Indikator Desain Produk	31
6. Harga Promosi	33
a. Pengertian Harga Promosi	34
b. Manfaat Harga Promosi	34
c. Teknik Harga Promosi	35
d. Indikator Harga Promosi.....	36
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Hubungan Antar Variabel.....	39
D. Kerangka Penelitian.....	41

E. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Rancangan Penelitian.....	43
B. Obyek dan Waktu Penelitian	43
C. Populasi.....	43
D. Besaran Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	44
E. Jenis Data Penelitian.....	45
F. Prosedur Pengambilan Data.....	46
G. Klasifikasi dan Definisi Operasional	46
H. Skala Pengukuran Variabel.....	49
I. Uji Instrumen	49
J. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif	54
1. Karakteristik Responden.....	54
a. Jenis kelamin	54
b. Usia.....	55
c. Pekerjaan.....	57
d. Pendapatan/Uang Saku	58
2. Analisis Deskriptif Variabel	59
a. Gaya Hidup.....	60
b. Persepsi Kualitas Produk	62
c. Desain Produk.....	63
d. Harga Promosi	64
e. Minat Pembelian Ulang	66

B. Analisis Kuantitatif.....	67
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
2. Pengujian Hipotesis	70
a. Uji F.....	71
b. Uji t.....	72
c. Koefisien Determinasi	75
C. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
Daftar Pustaka	83
Lampiran	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kenaikan Peminat <i>Sneakers</i>	2
Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Skala Likert.....	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.2 Usia Responden	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	58
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Gaya Hidup	60
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	62
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Desain Produk.....	63
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Harga Promosi	65
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang	66
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji F	71
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	72
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	86
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden dan Variabel	99
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	135
Lampiran 4 Frekuensi Karakteristik Responden.....	141
Lampiran 5 Frekuensi Variabel	144
Lampiran 6 Pengujian Regresi Linear Berganda.....	147
Lampiran 7 Distribusi F dan t Tabel	150