

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	10
1. Minat Beli.....	10

2. Citra Merek.....	20
3. Harga.....	26
4. Kualitas Pelayanan	30
5. <i>Word of Mouth</i>	36
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Pengaruh Variabel Penelitian.....	40
D. Kerangka Pemikiran.....	44
E. Hipotesis Penelitian	44

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	48
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	49
E. Definisi Operasional Variabel.....	50
F. Skala Pengukuran Variabel.....	52
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
H. Metode Analisis Data.....	56

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	60
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden	60

2. Analisis Deskripsi Variabel	64
B. Analisis Regresi Linier Berganda	67
C. Pembahasan	72
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Kerangka Pemikiran.....	44
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

1.1 <i>Top Brand Index</i> Fase 2 Tahun 2018 Kategori Jasa Kurir.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Perbedaan Penelitian.....	40
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
3.2 Skor Skala Likert.....	53
3.3 Uji Validitas Variabel Penelitian	54
3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	61
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku/ Pendapatan.....	61
4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Minat beli kembali.....	63
4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Minat beli kembali	63
4.7 Persepsi Responden Variabel Citra Merek.....	64
4.8 Persepsi Responden Variabel Harga.....	65
4.9 Persepsi Responden Variabel Kualitas Layanan.....	65
4.10 Persepsi Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>.....	66
4.11 Persepsi Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	67
4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	67