

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<i>ii</i>
HALAMAN KEASLIAN DATA.....	<i>iii</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	<i>v</i>
HALAMAN MOTTO	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>vii</i>
ABSTRAK.....	<i>ix</i>
DAFTAR ISI	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>14</i>
A. Latar Belakang Masalah.....	<i>14</i>
B. Rumusan Masalah.....	<i>22</i>
C. Tujuan Penelitian.....	<i>22</i>
D. Manfaat Penelitian.....	<i>23</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	<i>25</i>
A. Landasan Teori.....	<i>25</i>
1. <i>Repurchase Intention</i>	<i>25</i>
2. <i>Customer Perceived Value</i>	<i>28</i>
3. <i>Customer Service Quality</i>	<i>35</i>
4. Generasi Z	<i>41</i>
5. Produk Nike.....	<i>45</i>
B. Penelitian Terdahulu	<i>47</i>
C. Hubungan Antar Variabel	<i>49</i>
1. Pengaruh <i>Customer Perceived</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	<i>49</i>
2. Pengaruh <i>Customer Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	<i>50</i>
3. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> dan <i>Customer Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	<i>51</i>
D. Kerangka Konseptual.....	<i>53</i>
E. Hipotesis Penelitian	<i>56</i>
BAB III METODE PENELITIAN	<i>58</i>
A. Rancangan Penelitian	<i>58</i>
B. Populasi.....	<i>59</i>

C. Sampel dan Teknik Sampling	59
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	60
1. Variabel Dependen (Y)	60
2. Variabel Independen (X)	61
E. Jenis Data Penelitian	65
F. Prosedur Pengambilan Data	65
1. Penyusunan Kuesioner	65
2. Menentukan Target Responden	65
3. Penyebaran Kuesioner	66
4. Pengumpulan Data	66
5. Verifikasi dan Validasi Data	66
6. Analisis Regresi Linier Berganda	66
G. Teknik Analisis Data	67
1. Analisis Deskriptif	67
H. Uji Instrumen	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN	71
A. Karakteristik Responden	71
1. Jenis Kelamin Responden	71
2. Usia Responden	71
3. Pendapatan Perbulan Responden	73
4. Pendidikan Terakhir Responden	74
5. Frekuensi Pembelian Responden	75
6. Jenis Produk Sering Dibeli Responden	76
B. Analisis Statistik Deskriptif	77
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	92
1. Pengujian Simultan	92
2. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	92
3. Pengujian hipotesis parsial (Uji t)	92
D. Pembahasan	93
1. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Repurchase Intention	93
2. Pengaruh Customer Service Quality terhadap Repurchase Intention	93
3. Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Service Quality terhadap Repurchase Intention	94
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98