

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Kegunaan Penelitian .....	21
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	21
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	21
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
1.7 Waktu dan Periode Pelaksanaan.....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
2.1 Landasan Teori .....	23
2.1.1 Pemasaran (Marketing).....	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.3 Marketing Mix .....	24
2.1.4 Produk.....	25
2.1.5 Harga.....	27
2.1.6 Iklan .....	31
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	34
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	36
2.1.9 Minat Beli Ulang .....	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi.....	40
2.2.2 Ulasan Penelitian Jurnal Nasional .....	47
2.2.3 Ulasan Penelitian Jurnal Internasional.....	52
2.3 Kerangka Pemikiran .....	56
2.4 Hipotesis Penelitian .....	62
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	63
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	63
3.2.1 Variabel Operasional .....	63
3.2.2 Skala Pengukuran .....	67
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	67
3.3 Populasi dan Sampel.....	68
3.3.1 Populasi .....	68

3.3.2	Sampel .....	68
34	Pengumpulan Data.....	69
3.4.1	Data Primer.....	69
3.4.2	Data Sekunder.....	70
35	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
3.5.1	Uji Validitas.....	70
3.5.2	Uji Reabilitas .....	72
36	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	73
37	Uji Asumsi Klasik .....	74
38	Teknik Analisis Data .....	76
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	77
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
39	Pengujian Hipotesis .....	78
3.9.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji - F).....	78
3.9.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	79
3.9.3	Koefisien Determinasi .....	80
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	81
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	82
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	83
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	84
4.1.5	Produk yang pernah dibeli di Si Akang Snack.....	85
4.2	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif .....	86
4.2.1	Variabel X1 Harga.....	86
4.2.3	Variabel X2 Kualitas Produk.....	89
4.2.4	Variabel X3 Iklan .....	97
4.2.5	Variabel Y1 Minat Beli Ulang.....	103
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	107
4.3.1	Uji Normalitas .....	107
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	110
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	111
4.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	112
4.5	Uji Hipotesis.....	113
4.5.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) .....	113
4.5.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T) .....	115
4.5.3	Besarnya Pengaruh secara Parsial .....	117
4.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	118
4.7	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	119
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>125</b>
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Saran .....	125
	<b>REFERENSI.....</b>	<b>128</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>133</b>