

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTISARI	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Kontribusi Penelitian.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Kualitas Hubungan (<i>Relationship Quality</i>).....	13
2.2. Peranan Kualitas Hubungan dalam Stratifikasi Penjual Berdasarkan Persepsi Pelanggan.....	27
2.3. Kualitas Hubungan dan Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	30
2.3.1. Kepercayaan.....	30
2.3.2. Komitmen.....	33
2.4. Budaya Perusahaan.....	36
2.5. Model Penelitian.....	59
 BAB III METODA PENELITIAN	
3.1. Sampel Penelitian.....	60
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.3. Definisi Operasional.....	62
3.3.1. Kepercayaan.....	63
3.3.2. Komitmen.....	63
3.3.3. Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	63
3.3.4. Budaya Perusahaan.....	64
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	64
3.4.1. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	65
3.4.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	66
3.5. Metode Analisis Data.....	67
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	70
4.2. Deskripsi Demografi Responden.....	71
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	74
4.3.1.1. Pengujian Validitas Item Kualitas Hubungan.....	76
4.3.1.2. Pengujian Validitas Item Budaya Perusahaan.....	79

4.3.1.3. Pengujian Validitas Item Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	81
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	82
4.3.2.1. Pengujian Reliabilitas Item Kualitas Hubungan.....	84
4.3.2.2. Pengujian Reliabilitas Item Budaya Perusahaan.....	86
4.3.2.3. Pengujian Reliabilitas Item Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	87
4.4. Statistik Deskriptif dan Analisa Korelasi.....	87
4.5. Analisis Regresi Moderasi.....	90
4.5.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	91
4.5.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Pembelian Berulang dengan Budaya Internal sebagai Variabel Pemoderasi.....	93
4.5.3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Pembelian Berulang dengan Budaya Eksternal sebagai Variabel Pemoderasi	95
4.6. Pembahasan Hasil.....	97
 BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI	
5.1. Simpulan.....	106
5.2. Keterbatasan.....	110
5.3. Implikasi.....	112
 DAFTAR PUSTAKA.....	115
 LAMPIRAN	
LAMPIRAN I	KUESIONER
LAMPIRAN II	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN III	STATISTIK DESKRIPTIF
LAMPIRAN IV	ANALISIS KORELASI
LAMPIRAN V	ANALISIS REGRESI MODERATOR

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	71
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi dan Persentase Identitas Responden.....	73
Tabel 4.3. Hasil Analisis Faktor Kualitas Hubungan.....	78
Tabel 4.4. Hasil Analisis Faktor Budaya Perusahaan Pembeli.....	80
Tabel 4.5. Hasil Analisis Faktor Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	82
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	83
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas Item Kualitas Hubungan.....	84
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas Dimensi Kepercayaan.....	85
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Reliabilitas Dimensi Komitmen.....	85
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Reliabilitas Item Budaya Internal.....	86
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Item Budaya Eksternal.....	86
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Item Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	87
Tabel 4.13. Nilai Rata-Rata, Standar Deviasi, dan Korelasi.....	87
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Melakukan Pembelian Berulang.....	92
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Pembelian Berulang dengan Budaya Internal sebagai Variabel Pemoderasi.....	93
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Hubungan Perusahaan Pembeli Terhadap Keinginan Pembelian Berulang dengan Budaya Eksternal sebagai Variabel Pemoderasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Konstruk Kunci dalam Praktek Hubungan Pembeli-Penjual.....	26
Gambar 2.2. Model Tipe Budaya Organisasi.....	55
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	59