

## DAFTAR ISI

Judul .....	i
<a href="#">Lembar Pengesahan</a> .....	ii
<a href="#">Lembar Persetujuan</a> .....	iii
<a href="#">Pernyataan Keaslian Karya Tulis</a> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
BAB I .....	12
PENDAHULUAN .....	12
1.1 Latar Belakang .....	12
1.2 Perumusan Masalah .....	16
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Lingkup penelitian .....	18
1.5.1 Model Penelitian .....	18
1.5.2 Obyek Penelitian .....	18
1.5.3 Lokasi Penelitian .....	19
1.5.4 Waktu Penelitian .....	19
1.6 Kontribusi Penelitian .....	19
1.6.1 Kontribusi Akademis .....	19
1.6.2 Kontribusi Praktis .....	19
1.7 Sistematika Penulisan .....	20
BAB II .....	21
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Merek .....	21
2.1.2 Merek Label Pribadi .....	22
2.1.3 Kesadaran Harga .....	24
2.1.4 Kesadaran Kualitas .....	25
2.1.5 Kesadaran Nilai .....	25
2.1.6 Risiko yang Dipersepsikan .....	26
2.1.7 Niat Pembelian Ulang .....	26

2.2 Pengembangan Hipotesis .....	27
2.2.1 Pengaruh Kesadaran Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	27
2.2.2 Pengaruh Kesadaran Kualitas Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	28
2.2.3 Pengaruh Kesadaran Nilai Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	29
2.2.4 Pengaruh Risiko Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	30
2.3 Model Penelitian .....	31
BAB III .....	33
METODE PENELITIAN .....	33
3.1 Desain Penelitian .....	33
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	35
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel .....	35
3.3.2 Ukuran Sampel .....	36
3.4 Skala Pengukuran .....	37
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	37
3.5.1 Kesadaran Harga .....	38
3.5.2 Kesadaran Kualitas .....	38
3.5.3 Kesadaran Nilai .....	39
3.5.4 Risiko Yang Dipersepsikan .....	40
3.5.5 Niat Pembelian Ulang .....	41
3.6 Lokasi Penelitian .....	42
3.7 Obyek Penelitian .....	43
3.8 Karakteristik Subyek Penelitian .....	43
3.9 Metode Analisis Data .....	44
3.9.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.9.1.1 Uji Validitas .....	45
3.9.1.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.9.2 Uji Multikoleniaritas .....	46
3.10 Metode Pengujian Hipotesis .....	47
3.10.1 Tingkat Signifikansi .....	48
BAB IV .....	50
ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN .....	50
4.1 Deskriptif Responden .....	51
4.1.1 Frekuensi Kunjungan ke <i>convenient store</i> .....	54



**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang Merek Label Pribadi Produk Makanan dan Minuman Kemasan**

MUHAMMAD IVAN RAHARJ, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.1.2 Kategori Produk yang Dibeli.....	55
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	56
4.2.1 Uji Validitas .....	56
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.3 Uji Multikolinearitas.....	60
4.4 Statistik Deskriptif Variabel.....	61
4.5 Uji Regresi .....	63
4.5.1 Hasil Regresi Variabel Kesadaran Harga, Kesadaran Kualitas, Kesadaran Nilai dan Risiko yang Dipersepsikan.....	63
4.6 Pembahasan Hipotesis.....	65
4.6.1 Hipotesis Pertama.....	65
4.6.2 Hipotesis Kedua .....	65
4.6.3 Hipotesis Ketiga.....	66
4.6.4 Hipotesis Keempat .....	67
BAB V.....	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Manajerial.....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.4 Saran Penelitian Mendatang.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	2
Lampiran 2 : Hasil Statistik Deskriptif .....	9
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas.....	11
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas .....	11
Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji Multikolinearitas .....	14
Lampiran 6 : Hasil Statistik Deskriptif Variabel .....	15