

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Lingkup Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Nilai Kegunaan	11
2.1.2 Nilai Sosial	11
2.1.3 Nilai Emosional	12
2.1.4 Nilai Kebaruan.....	12
2.1.5 Nilai Kondisional.....	13
2.1.6 Kepuasan Pembelian.....	13
2.1.7 Niat Pembelian Ulang.....	13
2.2 Pengembangan Hipotesis	14
2.2.1 Hubungan antara Nilai Kegunaan dan Kepuasan Pembelian	14
2.2.2 Hubungan antara Nilai Sosial dan Kepuasan Pembelian.....	15
2.2.3 Hubungan antara Nilai Emosional dan Kepuasan Pembelian	16
2.2.4 Hubungan antara Nilai Kebaruan dan Kepuasan Pembelian.....	16
2.2.5 Hubungan antara Nilai Kondisional dan Kepuasan Pembelian.....	17
2.2.6 Hubungan antara Kepuasan Pembelian dan Niat Pembelian Ulang.....	17
2.3 Model Penelitian.....	18

BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.2.1 Variabel Nilai Kegunaan	22
3.2.2 Variabel Nilai Sosial.....	24
3.2.3 Variabel Nilai Emosional	25
3.2.4 Variabel Nilai Kebaruan.....	26
3.2.5 Variabel Nilai Kondisional	27
3.2.6 Variabel Kepuasan Pembelian.....	28
3.2.7 Variabel Niat Pembelian Ulang.....	29
3.3 Desain Pengambilan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	31
3.3.3 Jumlah Sampel.....	32
3.4 Objek Penelitian	32
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	35
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.8 Analisis Data	37
3.8.1 Metode Analisis Data dan Pengembangan Formulasi	37
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.8.3 Tingkat Signifikansi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Pengumpulan Data	41
4.2 Profil Responden	42
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.3.1 Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1 Uji Normalitas Model Regresi I	47
4.4.2 Uji Normalitas Model Regresi II	49
4.4.3 Uji Multikolinearitas Model Regresi I.....	49
4.4.4 Uji Multikolinieritas Model Regresi II	50
4.5 Statistik Deskriptif	51
4.5.1 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Nilai Kegunaan terhadap Kepuasan Pembelian	52

4.5.2 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Nilai Sosial terhadap Kepuasan Pembelian	53
4.5.3 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Nilai Emosional terhadap Kepuasan Pembelian	55
4.5.4 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Nilai Kebaruan terhadap Kepuasan Pembelian	56
4.5.5 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Nilai Kondisional terhadap Kepuasan Pembelian	57
4.5.6 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Kepuasan Pembelian terhadap Niat Pembelian Ulang	58
4.5.7 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Niat Pembelian Ulang	60
4.6 Model Regresi	61
4.6.1 Model Regresi Pertama (Model I)	61
4.6.2 Model Regresi Kedua (Model II)	63
4.7 Pengujian Hipotesis	67
4.7.1 Hipotesis Pertama	67
4.7.2 Hipotesis Kedua	68
4.7.3 Hipotesis Ketiga	69
4.7.4 Hipotesis Keempat	69
4.7.5 Hipotesis Kelima	70
4.7.6 Hipotesis Keenam	71
4.8 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi Manajerial	79
5.3 Keterbatasan Penelitian	81
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	88