

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI	16
2.1. Kerangka Teoritis	16
2.1.1 Minat Beli Ulang	16
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	16
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang	19
2.1.1.3 Indikator Minat Beli Ulang	21
2.1.2 <i>Responsiveness</i>	21
2.1.2.1 Pengertian <i>Responsiveness</i>	24
2.1.2.2 Indikator <i>Responsiveness</i>	25
2.1.3 Store Atmosphere	26
2.1.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	26
2.1.3.2 Faktor-faktor Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	27
2.1.3.3 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	28

2.1.3.4 Tujuan Store Atmosphere.....	29
2.1.3.5 Indikator Store Atmosphere	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Variabel Penelitian	39
3.4 Lay Out Angket dan Defenisi Operasional	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.1.1 Uji Normalitas Data	47
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	47
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.7.3 Uji Hipotesis	50
a. Uji t (Parsial).....	50
b. Uji f (Simultan)	50
3.7.4 Koefisien Determinan (R²).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.3 Struktur Organisasi.....	54

4.2 Pembahasan Penelitian	54
4.2.1 Identifikasi Responden	54
4.3 Analisis Data Penelitian	57
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Responsiveness</i> (X_1)	58
4.3.1.2 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_2)	59
4.3.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.2.1 Uji Normalitas	62
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	64
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas	66
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	67
4.3.4 Uji Hipotesis	69
4.3.4.1 Uji t (Parsial)	69
4.3.4.2 Uji F (Simultan)	71
4.3.4.3 Hasil Pengujian Determinasi (R^2)	72
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.4.1 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Minat Beli Ulang di Chicken Crush Tuasan	73
4.4.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang di Chicken Crush Tuasan	74
4.4.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang di Chicken Crush Tuasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83