

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
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	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan penelitian	11
1.6 Manfaat penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kerangka Teoritis	12
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	12
2.1.2 Gaya Hidup	14
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.4 Harga	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berpikir	28
2.3.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap <i>Repurchase Intention</i>	28
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	28
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29
2.3.4. Pengaruh Gaya Hidup, <i>Brand Image</i> dan Harga terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29

2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Variabel Penelitian	33
3.5 Definisi Operasional Variabel	33
3.6 Desain Penelitian	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1 Observasi	36
3.7.2 Studi Kepustakaan	36
3.7.3 Angket/Kuesioner	36
3.8 Uji Instrumen Penelitian	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas	40
3.9 Prosedur Penelitian	40
3.10 Teknik Analisis Data	41
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	42
3.10.2 Analisis Regresi Berganda	43
3.10.3 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	46
4.1.2 Identifikasi Responden	48
4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	49
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda	55
4.1.6 Uji Hipotesis	57
4.2 Hasil dan Pembahasan	59

4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (X1-Y)	59
4.2.2 Pengaruh Brand Image Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (X2-Y)	61
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (X3-Y)	62
4.2.4. Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image dan Harga Terhadap Repurchase Intention (X1,X2,X3-Y)	63
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	126