

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAKSI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi	1
1.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.1.4 Produk PT Leoco Indonesia	3
1.2 Latar Belakang	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Produk	13
2.1.3 Pengembangan Produk Baru	16
2.1.4 Perilaku Konsumen	20

2.1.5 Proses Pengambilan Keputusan	22
2.1.6 Pembelian Ulang	23
2.1.7 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Hipotesis Penelitian	29
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Operasional Variabel	32
3.2.1 Operasional Variabel	32
3.2.2 Skala	33
3.3 Tahapan Penelitian	34
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	35
3.5 Pengumpulan Data	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Pengujian Data	37
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Teknik Analisis Data	42

3.7.1 Analisis Deskriptif	42
3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.7.3 Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Proses Pemberian Produk Sampel	46
4.2 Pembelian Ulang Pada PT Leoco Indonesia	47
4.2.1 Validitas	47
4.2.2 Reliabilitas	49
4.2.3 Analisis Deskriptif	50
4.3 Pengaruh Produk Sampel Terhadap Pembelian Ulang pada PT Leoco Indonesia	61
4.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	61
4.4 Koefisien Determinasi	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
5.2.1 Bagi Perusahaan	64
5.2.2 Bagi Institusi	64
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	