

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Singkat Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.3 Produk/Layanan Perusahaan	3
1.1.4 Logo Perusahaan	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek).....	15
2.1.3 <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek).....	16
2.1.4 Dimensi <i>Brand Experience</i>	17
2.1.5 <i>Minat Beli Ulang</i>	18
2.1.6 <i>Dimensi Minat Beli</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hubungan <i>Brand Experience</i> dan <i>Minat Beli Ulang</i> Pelanggan.....	25
2.5 Hipotesis Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1	Metode Penelitian	27
3.2	Variabel Penelitian.....	28
3.3	Skala Operasional	31
3.4	Tahapan Penelitian	32
3.5	Populasi dan Sampel.....	33
3.5.1	Populasi.....	33
3.5.2	Sampel.....	34
3.5.3	Teknik Sampling.....	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data	36
3.7	Uji Validitas dan Realibilitas	37
3.7.1	Uji Validitas.....	37
3.7.2	Uji Reliabilitas	38
3.8	Teknik Analisis Data	38
3.8.1	Analisis Deskriptif	38
3.8.2	Uji Normalitas.....	40
3.8.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	41
3.9	Pengajuan Hipotesis.....	41
3.9.1	Uji Parsial (Uji T).....	42
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	43
4.1.1	Frekuensi Penggunaan.....	44
4.1.2	Penghasilan Bulanan.....	45
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	45
4.2.2	Analisis Validitas	53
4.2.3	Analisis Reliabilitas.....	54
4.2.4	Uji Normalitas.....	55
4.3	Metode Analisis	56
4.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	56
4.3.2	Uji Parsial (Uji t)	57
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	62