

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2 Konsep Pemasaran	16
2.3 Proses Keputusan Pembelian	17
2.4 Pembelian Ulang.....	18
2.5 Customer Experience	20
2.6 Customer Value	25

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Pandangan Islam Tentang Jual Beli	30
2.8 Penelitian terdahulu	31
2.9 Variabel Penelitian	33
2.10 Defenisi Konsep Operasional Varabel Penelitian	33
2.11 Kerangka Pemikiran.....	34
2.12 Hipotesis penelitian.....	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.6 Uji Kualitas Data.....	40
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8 Uji Hipotesis	45
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Profil dan Sejarah Perusahaan.....	48
4.2 Struktur Organisasi	50



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden	53
5.1.1 Usia Responden	53
5.1.2 Jenis Kelamin Responden.....	54
5.1.3 Pekerjaan Responden.....	54
5.2 Deskripsi Variabel	55
5.2.1 Analisis Customer Value	55
5.2.2 Analisis Customer Experience	57
5.2.3 Analisis Pembelian Ulang	58
5.3 Uji Validitas	60
5.4 Uji Reliabilitas	61
5.5 Uji Normalitas.....	62
5.6 Uji Asumsi Klasik.....	64
5.6.1 Uji Autokorelasi	64
5.6.2 Uji Heteroskedastisitas	64
5.6.3 Uji Multikolinieritas	65
5.7 Uji Regresi Linier Berganda	66
5.8 Uji Hipotesis	68
5.8.1 Uji Parsial t (Uji t)	68
5.8.2 Uji Simultan F (Uji f)	69
5.8.3 Uji Koefisien Determinan.....	71

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.9 Pembahasan.....	72
---------------------	----

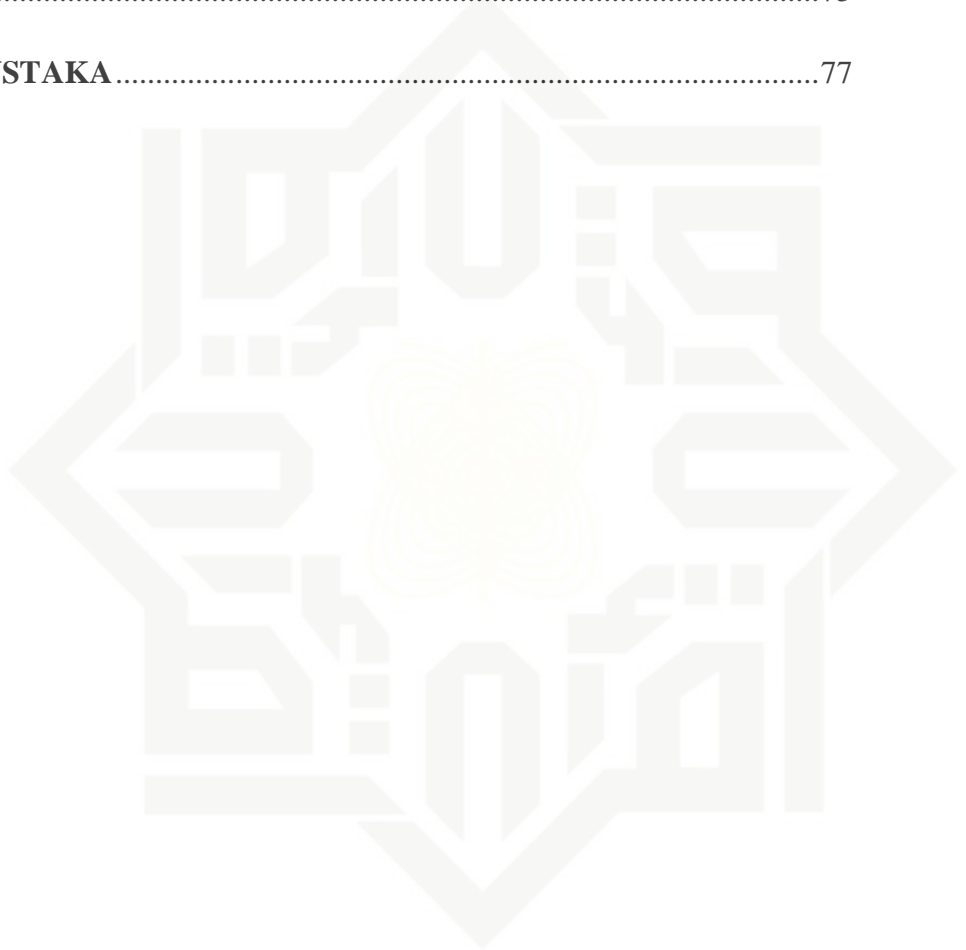
BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	74
----------------------	----

6.2 Saran	75
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	----

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU