

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kontribusi Tugas Akhir .....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Pemasaran Ritel .....	7
2.3 Pengalaman konsumen .....	9
2.4 Minat Beli Ulang.....	12
2.5 Hubungan Pengalaman Konsumen dengan Minat Beli Ulang .....	14
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Kerangka Berpikir .....	18
2.8 Hipotesis Penelitian .....	18
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.2 Jenis Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel .....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel .....	22
3.4 Sumber Data.....	23
3.5 Variabel Penelitian .....	24
3.6 Defenisi Operasional.....	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8 Metode Analisis Data .....	28
3.9 Statistik Deskriptif .....	29
3.10 Uji Instrumen Penelitian .....	29
3.10.1 Uji Validitas.....	29
3.10.2 Uji Reliabilitas .....	29
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.11.1 Uji Normalitas .....	30
3.11.2 Uji Multikolinearitas.....	30

3.11.3 Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.12 Uji Hipotesis .....	30
3.12.1 Uji t (Uji Parsial).....	31
3.12.2 Uji F (Uji Simultan).....	31
3.13 Analisis Regresi Linier Berganda .....	31
<b>BAB IV. DESAIN DAN PEMBUATAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Keadaan Umum Objek Penelitian .....	33
4.2 Keadaan Awal Objek Penelitian .....	34
4.3 Tahapan Analisis Penelitian .....	34
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
5.1 Identitas Responden .....	36
5.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	38
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
5.3.1 Uji Validitas.....	45
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	47
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	48
5.4.1 Uji Normalitas .....	48
5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	49
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	50
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
5.5.1 Uji Persamaan Regresi.....	51
5.5.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
5.6 Uji Hipotesis .....	53
5.6.1 Uji t (Uji Parsial).....	53
5.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	54
5.7 Pembahasan .....	56
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
6.1 Kesimpulan .....	61
6.2 Rekomendasi Saran.....	62
6.2.1 Bagi Perusahaan .....	62
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pembeli Toko Underprice Skincare Medan .....	2
Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Data Jumlah Pembeli Toko Underprice Skincare Medan .....	22
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional .....	26
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	28
Tabel 5. 1 Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 5. 2 Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Tabel 5. 3 Rata-rata Pengeluaran Tiap Pembelian.....	37
Tabel 5. 4 Kriteria Skala .....	38
Tabel 5. 5 Analisis Deskripsi Variabel <i>Sense</i> .....	39
Tabel 5. 6 Analisis Deskripsi Variabel <i>Feel</i> .....	40
Tabel 5. 7 Analisis Deskripsi Variabel <i>Think</i> .....	41
Tabel 5. 8 Analisis Deskripsi Variabel <i>Act</i> .....	42
Tabel 5. 9 Analisis Deskripsi Variabel <i>Relate</i> .....	43
Tabel 5. 10 Analisis Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang .....	44
Tabel 5. 11 Uji Validitas .....	46
Tabel 5. 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 5. 13 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 5. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 5. 15 Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 5. 16 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	51
Tabel 5. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	53
Tabel 5. 18 Hasil Uji t .....	54
Tabel 5. 19 Hasil Uji F .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	18
Gambar 3. 1 Lokasi Underprice Skincare Medan.....	21
Gambar 4. 1 Logo Toko Underprice Skincare Medan.....	33
Gambar 4. 2 Interior Toko Underprice Skincare Medan .....	33