

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. <i>Postpurchase Dissonance</i>	11
2.1.1. Definisi <i>Postpurchase</i>	12
2.1.2. Definisi <i>Postpurchase Dissonance</i>	13
2.1.3. Dimensi <i>Postpurchase Dissonance</i>	13
2.1.4. Faktor yang Mempengaruhi <i>Postpurchase Dissonance</i>	13
2.2. <i>Coping</i> Konsumen	15
2.2.1. Definisi <i>Coping</i>	11
2.2.2. Bentuk <i>Coping Strategy</i>	15
2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Coping Strategy</i>	17
2.3. <i>Repurchase Intention</i>	17
2.3.1. Definisi <i>Repurchase Intention</i>	17
2.3.2. Aspek <i>Repurchase Intention</i>	18
2.3.3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i>	19
2.4. Pengembangan Hipotesis	21
2.4.1. Pengembangan Hipotesis <i>Postpurchase Dissonance</i>	21

2.4.2.	Pengembangan Hipotesis <i>Coping Strategy</i>	22
2.5.	Kerangka Konseptual	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Teknik Pengumpulan Data	25
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian	26
3.3.1	Variabel Independen	26
3.3.2	Variabel Dependen	26
3.3.3	Variabel Moderator	26
3.4	Hipotesis Penelitian	28
3.5	Populasi dan Sampel	28
3.5.1	Populasi	28
3.5.2	Sampel	28
3.6	Teknik Pengolahan & Analisis Data	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reliabilitas	31
3.6.3	Uji Normalitas	31
3.6.4.	Uji Multikolinieritas	32
3.6.5.	Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.6.	Teknik Analisis Data	32
3.7	Definisi Operasional Variabel	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1.	Hasil Penelitian	41
4.1.1.	Hasil Uji Validitas	42
4.1.1.	Hasil Uji Reliabilitas	43
4.1.3.	Hasil Uji Normalitas	44
4.1.4.	Hasil Uji Multikolinieritas	45
4.1.5.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
4.1.6.	Hasil Analisis Regresi	47
4.2	Analisis Hasil Hipotesis	47
4.2.1	Hipotesis <i>Intensity of Postpurchase Disonance</i>	52
4.2.2	Hipotesis <i>Coping Strategy</i>	54

BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian	57
5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	58
5.4 Saran untuk Penjual Pakaian Bermerek	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 2.	Data <i>Filter Question</i>	41
Tabel 3.	Uji Reliabilitas Variabel <i>Postpurchase Dissonance</i>	44
Tabel 4.	Uji Reliabilitas Variabel <i>Problem Focused Coping</i>	44
Tabel 5.	Uji Reliabilitas Variabel <i>Emotion Focused Coping</i>	44
Tabel 6.	Uji Normalitas	45
Tabel 7.	Uji Multikolinearitas	46
Tabel 8.	Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 9.	Model Summary Analisis Regresi X terhadap Y	48
Tabel 10.	Analisis Koefisien Regresi X terhadap Y	48
Tabel 11.	Analisis Regresi X terhadap Y dengan M1	49
Tabel 12.	Analisis Koefisien Regresi X terhadap Y dengan M1	50
Tabel 13.	Analisis Regresi X terhadap Y dengan M2	51
Tabel 14.	Analisis Koefisien Regresi X terhadap Y dengan M2	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Jumlah Perbandingan Kelas Menengah dan Jumlah Penduduk ...	1
Gambar 2.	<i>Postpurchase Consumer Behavior</i>	4
Gambar 3.	Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.	Kerangka Hipotesis	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Uji Validitas Variabel X

Lampiran 3. Uji Validitas Variabel Moderasi