

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Pemasaran Jasa	19
2.1.2 Pengertian Jasa.....	20
2.1.3 Pengertian Pelayanan.....	22
2.1.4 Kualitas Layanan	23
2.1.5 Harga.....	29
2.1.6 Kepercayaan Pelanggan.....	34
2.1.7 Minat Beli Ulang	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	40
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	40
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan	42

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	43
2.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	44
2.3.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang	45
2.4. Kerangka Penelitian	46
2.5. Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1 Variabel Penelitian	48
3.1.2 Definisi Operasional	49
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi	51
3.2.2 Sampel	51
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1 Data Primer	53
3.3.2 Data Sekunder	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Analisa Data	55
3.5.1 Analisis Multivariat	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	60
4.1.2 Gambaran Umum Responden	61
4.1.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Profesi	62
4.1.6 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi	63
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	64
4.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Harga	65
4.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Kepercayaan Pelanggan	65
4.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	66

4.3 Analisis Data	67
4.3.1 Hasil Uji Asumsi Model Persamaan Stuktral	67
4.3.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas Data	67
4.3.1.2 Hasil Uji Outliers	68
4.3.1.3 Hasil Uji Multikolinieritas	69
4.3.1.4 Hasil Uji Nilai Residual	70
4.4 Hasil Uji Faktor Konfirmatori (CFA)	70
4.4.1 CFA Variabel Kualitas Layanan.....	70
4.4.2 CFA Variabel Harga	72
4.4.3 CFA Variabel Kepercayaan Pelanggan	73
4.4.4 CFA Variabel Minat Beli Ulang.....	74
4.4.5 CFA Konstruk Eksogen	75
4.4.6 CFA Konstruk Endogen.....	77
4.4.7 CFA Full Model.....	80
4.4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	82
4.4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
4.4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	85
4.5 Hasil Uji Langsung dan Tidak Langsung.....	87
4.6 Pembahasan	90
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	90
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	91
4.6.3 Pengaruh Kualitas PeLayanan Terhadap Minat Beli Ulang	92
4.6.4 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	93
4.6.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang	94
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Implikasi Teoritis	98
5.3 Implikasi Manajerial.....	99
5.4 Keterbatasan Penelitian	101
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109