

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 <i>Two-Step Communication Theory</i>	17
2.1.2 <i>Word of Mouth</i>	19
2.1.3 <i>Service Quality</i>	23
2.1.4 <i>Convenience</i>	24
2.1.5 <i>Religious Motives</i>	25
2.1.6 <i>Perceived Value</i>	26
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	35

2.4	Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA		55
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	65
4.2	Analisis Data SEM	67
4.2.1	Mengembangkan Model secara Teoritis.....	68
4.2.2	Mengembangkan Diagram Alur	69
4.2.3	Memasukkan Diagram Alur ke dalam Persamaan.....	71
4.2.4	Memilih Matriks Input dan Mengestimasi Model	73
4.2.5	Uji Reliabilitas dan Validitas Measurement Model.....	89
4.2.6	Modifikasi Model	94
4.2.7	Pengujian Hipotesis	95
4.2.8	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	97
4.3	Interpretasi Hasil.....	99
BAB V PENUTUP		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	111
5.3	Saran	112
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN-LAMPIRAN		112