

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Stimulus Organism Response Theory.....	12
2.1.2 <i>Service quality (Service quality)</i>	17
2.1.3 <i>Customer satisfaction (Customer Satisfaction)</i>	20
2.1.4 Minat Membeli Kembali (<i>Repurchase Intention</i>).....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Hubungan Antara <i>Service quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	28
2.3.2 Hubungan Antara <i>Service quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.3 Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	29
2.3.4 Hubungan <i>Service quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> Sebagai Mediasi.....	30
2.4 Kerangka Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32

3.1.1	Variabel Penelitian	32
3.1.2	Definisi Operasional dan Pengukurannya	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.3	Sampel.....	35
3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4	Sumber dan Tipe Data	36
3.4.1	Data Primer.....	36
3.4.2	Data Sekunder	36
3.5	Metode Pengumpulan Data	37
3.6	Metode Analisis Data	38
3.6.1	Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)	38
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.7.1	Uji Validitas	43
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	44
BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.2	Gambaran Umum Responden.....	46
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	48
4.2	Hasil Analisis Deskripsi Variabel.....	49
4.2.1	Path Diagram.....	49
4.2.2	Model Pengukuran (Outer Model)	49
4.2.3	Model Struktural (Inner Model)	55
4.2.4	Pengujian Hipotesis	57
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.3.1	Hubungan antara <i>service quality</i> dan <i>repurchase intention</i>	61
4.3.2	Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	62
4.3.3	Hubungan antara <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>repurchase intention</i>	62
4.3.4	Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>repurchase intention</i> dengan <i>customer satisfaction</i> sebagai mediasi.....	63
BAB V	PENUTUP	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Implikasi Teoritis.....	66

5.3	Implikasi Manajerial.....	68
5.4	Keterbatasan Penelitian	69
5.5	Saran Penelitian	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	78
	LAMPIRAN 2 TABULASI DATA.....	83
	LAMPIRAN 3 OUPUT SMART PLS.....	86
	CURICULUM VITAE.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Lama Firdaus Barbershop	4
Tabel 1. 2 Kesenjangan Penelitian	5
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	34
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	48
Tabel 4. 5 Loading Faktor	50
Tabel 4. 6 Average Variance Extracted	51
Tabel 4. 7 Cross Loading Factor	52
Tabel 4. 8 Fornell Larcker Discriminant Validity	52
Tabel 4. 9 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	53
Tabel 4. 10 Composite reliability dan Cronbach Alpha	54
Tabel 4. 11 Coefficient of Determination (R^2)	56
Tabel 4. 12 Predictive Relevance Q^2	57
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis Langsung	58
Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 4. 1 Diagram Path	49