

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktisi	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Niat Penggunaan Ulang.....	10
2.1.2 Kualitas	14
2.1.3 Nilai 17	
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh Kualitas Terhadap Niat Penggunaan Ulang	27
2.3.2 Pengaruh Nilai Terhadap Niat Penggunaan Ulang.....	27
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Penggunaan Ulang	28
2.3.4 Pengaruh Kualitas Terhadap Nilai	28
2.3.5 Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.3.6 Pengaruh Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan	29

2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
3.1.1 Variabel Penelitian	32
3.1.2 Definisi Operasional.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Jenis Penelitian dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.3.2 Sumber Data.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Metode Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.5.2 PLS-SEM	42
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	49
4.1 Gambaran Umum Responden	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk	52
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Latihan di Bhumi Gym Jenggala Semarang 53	
4.2 Metode Analisis	53
4.2.1 Uji Reabilitas dan validitas	54
4.2.2 Uji Convergener Validity	56
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan.....	60
4.2.4 Composite Reliability.....	63
4.3 Analisis Inner Model	64
4.3.1 Uji R-Square (R^2).....	65
4.3.2 Uji Hipotesis.....	66
4.4 Interpretasi Hasil	69
4.4.1 Pengaruh Kualitas terhadap Niat Penggunaan Ulang.....	69

4.4.2 Pengaruh Nilai terhadap Niat Penggunaan Ulang	70
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Penggunaan Ulang.....	71
4.4.4 Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan	72
4.4.5 Pengaruh Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
4.4.6 Pengaruh Kualitas terhadap Nilai.....	74
4.4.7 Pengaruh Peran Kualitas dalam Memediasi Hubungan Nilai dengan Niat Penggunaan Ulang.....	75
4.4.8 Pengaruh Peran Nilai dalam Memediasi Hubungan Kepuasan dengan Niat Penggunaan Ulang.....	75
4.4.9 Pengaruh Peran Kepuasan dalam Memediasi Hubungan Kualitas dengan Niat Penggunaan Ulang.....	76
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi Teoritis	80
5.3 Implikasi Manajerial	83
5.4 Keterbatasan	86
5.5 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	93