

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2.2. <i>Government Policy</i>	16
2.3. <i>Service Quality</i>	18
2.4. <i>Environmental Concern</i>	20
2.5. <i>Perceived Availability</i>	24
2.6. <i>Word of Mouth Marketing</i>	27
2.7. <i>Perceived Price</i>	31
2.8. <i>Repurchase Intention</i>	32
2.9. Hubungan Antar Variabel	35
2.9.1. Hubungan antara <i>Government policy</i> dengan <i>Perceived Availability</i>	35
2.9.2. Hubungan <i>Government Policy</i> dengan <i>Perceived Price</i>	37
2.9.3. Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Perceived Price</i>	38
2.9.4. Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Word of Mouth Marketing</i>	40
2.9.5. Hubungan <i>Environmental Concern</i> dengan <i>Perceived Price</i>	41
2.9.6. Hubungan <i>Environmental Concern</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	43
2.9.7. Hubungan <i>Perceived Availability</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	44
2.9.8. Hubungan <i>Perceived Price</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	45
2.9.9. Hubungan <i>Word of Mouth Marketing</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	47
2.10. Kerangka Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Jenis Penelitian	50
3.2. Jenis dan Sumber Data	50
3.2.1. Data Primer	51
3.2.2. Data Sekunder	51
3.3. Populasi dan Sampel	52
3.4. Teknik Pengumpulan Data	53
3.5. Definisi Operasional	54
3.6. Teknis Analisis	59
3.6.1. Uji Validitas	60

3.6.2. Uji Reliabilitas	60
3.6.3. Uji Multikolinieritas	60
3.6.4. Uji F-Square	61
3.6.5. Uji <i>Goodness of Fit</i>	61
3.6.6. Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	61
3.6.7. Uji T (Uji Hipotesis)	62
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	63
4.1. Demografi Responden	63
4.2. Hasil Uji Penelitian	70
4.3. Uji Validitas	71
4.4. Uji Reliabilitas	74
4.5. Uji Multikolinieritas	75
4.6. Uji F Square	76
4.7. Uji <i>Goodness of Fit</i>	78
4.8. Uji Koefisien Jalur	79
4.9. Uji T (Uji Hipotesis)	80
4.10. Pembahasan	82
4.11.1. <i>Government Policy</i> berpengaruh terhadap <i>Perceived Availability</i> ...	82
4.11.2. <i>Government Policy</i> berpengaruh terhadap <i>Perceived Price</i>	83
4.11.3. <i>Service Quality</i> berpengaruh pada <i>Perceived Price</i>	84
4.11.4. <i>Service Quality</i> berpengaruh pada <i>Word of Mouth Marketing</i>	85
4.11.5. <i>Environmental Concern</i> berpengaruh pada <i>Perceived Price</i>	85
4.11.6. <i>Environemntal Concern</i> tidak berpengaruh pada <i>Repurchase Intention</i>	86
4.11.7. <i>Perceived Availability</i> tidak berpengaruh pada <i>Repurchase Intention</i>	87
4.11.8. <i>Perceived price</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i>	88
4.11.9. <i>Word of Mouth Marketing</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Implikasi Teoritis	92
5.3. Implikasi Manajerial	94
5.4. Keterbatasan Penelitian	95
5.5. Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumsi dan Impor LPG	2
Tabel 1.2 Research Gap	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	63
Tabel 4.2 Output Validitas	72
Tabel 4.3 Output Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.4 Output Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.5 Uji F-Square	76
Tabel 4.6 Output R-Square & AVE untuk GoF	78
Tabel 4.7 Output Uji Koefisien Jalur	79
Tabel 4.8 Output Uji T (Hasil Hipotesis)	80

FEB UNDIP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Rasio impor berbagai bahan bakar 2018-2050	3
Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Jargas	9
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	49
Gambar 4.1. Pilihan Bahan Bakar yang Digunakan	65
Gambar 4.2. Kebutuhan Tabung Gas LPG Setiap Bulan	67
Gambar 4.3 Penggunaan Gas Bumi PGN	68
Gambar 4.4 Tujuan Penggunaan Bahan Bakar	69
Gambar 4.5 Model Penelitian	70
Gambar 4.6 Uji Validitas	72

