

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Jasa	17
2.2 Variabel yang Digunakan dalam Penelitian	18
2.2.1 Citra Perusahaan	18
2.2.2 Kualitas Layanan	20
2.2.3 Persepsi Harga	22
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24

2.2.5	Minat Beli Ulang	26
2.3	Hubungan antara Variabel yang Diteliti	28
2.3.1	Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.3.2	Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.3.3	Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.3.4	Citra Perusahaan terhadap Minat Beli Ulang	30
2.3.5	Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	31
2.3.6	Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang	32
2.3.7	Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	33
2.4	Penelitian Terdahulu	34
2.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.6	Dimensi Operasional Variabel	39
2.6.1	Indikator Citra Perusahaan	39
2.6.2	Indikator Kualitas Layanan	40
2.6.3	Indikator Persepsi Harga	41
2.6.4	Indikator Kepuasan Pelanggan	42
2.6.5	Indikator Minat Beli Ulang	43
	BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	44
3.1.1	Variabel Penelitian	44
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	45
3.2	Populasi Dan Sampel	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Metode Analisis Data	50

3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
3.5.1.1 Uji Validitas	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	53
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	54
3.5.2.3 Uji Normalitas	54
3.5.3 Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.4 Pengujian Hipotesis	56
3.5.4.1 Uji T	56
3.5.4.2 Uji F	57
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
3.5.5 Uji Sobel	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
4.2 Deskripsi Umum Responden	63
4.2.1 Responden Berdasarkan Umur terhadap Jenis Kelamin	63
4.2.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan terhadap Jenis Kelamin	64
4.2.3 Responden Berdasarkan Pengeluaran terhadap Jenis Kelamin	65
4.2.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Per Bulan.....	66
4.3 Analisis Kuantitatif	67
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Citra Perusahaan	67
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan	69
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Harga	71
4.3.4 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan	71
4.3.5 Tanggapan Responden terhadap Minat Beli Ulang	73

4.4 Analisis Data	74
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
4.4.1.1 Uji Validitas	74
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	75
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.3.1 Uji Normalitas	76
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	79
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	81
4.4.4 Uji Hipotesis	84
4.4.4.1 Uji T	84
4.4.4.2 Uji F	86
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
4.4.5 Uji Sobel	89
4.5 Pembahasan	101
4.5.1 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	91
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	92
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	93
4.5.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang	93
4.5.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	94
4.5.6 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang	95
4.5.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	96
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	101
5.3.1 Implikasi Kebijakan	101
5.3.2 Keterbatasan Penelitian	103

5.3.3 Saran Penelitian Mendatang	104
DAFTAR PUSTAKA	106
DAFTAR LAMPIRAN	109