

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Persepsi Kualitas Pelayanan	16
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	17
2.1.4 <i>Religious Satisfaction</i>	19
2.1.5 Minat Beli Ulang Konsumen	20
2.2 Pengaruh Antar Variabel	22
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Kerangka Pemikiran	28
2.5 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2 Deskripsi Variabel	56
4.3 Analisis Hasil Penelitian	68
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	89
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis	100

5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	101
5.2 Implikasi Teoritis	105
5.3 Implikasi Manajerial	107
5.4 Keterbatasan Penelitian	110
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115