

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13

2.1.2	Jasa	16
2.1.3	Minat Beli Ulang (Repurchase Intention)	17
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	20
2.1.5	Kualitas Layanan	22
2.1.6	Kualitas Produk	25
2.1.7	Customer Relationship Marketing (CRM)	28
2.2	Hubungan antar Variabel	31
2.2.1	Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	31
2.2.2	Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.2.3	Hubungan <i>Customer Relationship Marketing</i> (CRM) dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.2.4	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	34
2.3	Penelitian Terdahulu	36
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.5	Hipotesis	39
BAB III		40
METODE PENELITIAN		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.1.1	Variabel Penelitian	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel	43

3.3	Jenis dan Sumber Data	45
3.4	Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1	Wawancara	46
3.4.2	Kuesioner	46
3.4.3	Observasi	47
3.5	Metode Analisis Data	47
3.5.1	Analisis Deskriptif	48
3.5.2	Analisis Kuantitatif	48
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.3.1	Uji Validitas	49
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	49
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	50
3.5.4.1	Uji Normalitas	50
3.5.4.2	Uji Multikolinearitas	51
3.5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.5	Uji Regresi Linier Berganda	52
3.5.6	Uji Goodness of Fit	53
3.5.6.1	Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.5.6.2	Uji t	54
3.5.6.3	Uji Kelayakan Model (Uji F)	55
3.5.7	Uji Intervening (Uji Sobel)	55
BAB IV		57
HASIL DAN PEMBAHASAN		57

4.1	Gambaran Umum Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	60
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ...	61
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	62
4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden	62
4.2.1	Analisis Indeks Variabel Kualitas Layanan	63
4.2.2	Analisis Indeks Variabel Kualitas Produk	67
4.2.3	Analisis Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan	69
4.2.4	Analisis Indeks Variabel Minat Beli Ulang	71
4.3	Analisis Data	73
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.1.1	Uji Validitas	73
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	75
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	75
4.3.2.1	Uji Normalitas	75
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas	77
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	78
4.3.3	Analisis Regresi Berganda	79
4.3.4	Uji Goodness of Fit	82

4.3.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.3.4.2 Uji t	83
4.3.4.3 Uji F	86
4.3.5 Uji Intervening (Uji Sobel)	87
4.4 Pembahasan	89
BAB V	93
PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Keterbatasan	95
5.3 Saran	96
5.3.1 Saran untuk Perusahaan	96
5.3.2 Saran untuk Penelitian Mendatang	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	