

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Nilai Pelanggan	16
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	22
2.1.4 Kualitas Pelayanan	24
2.2 Pengaruh Antar Variabel	26
2.2.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan.....	26
2.2.2 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan.....	27
2.2.3 Pengaruh Variabel Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian	28
2.2.4 Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	29
2.2.5 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian	30
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional	34
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data	39
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	39
3.5.2 Uji Structural Equation Modeling (SEM).....	40
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	52
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Alamat Tinggal	53
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.2.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran Tiap Bulan	56
4.2 Uji Kualitas Data	57
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Uji Reliabilitas	58
4.3 Analisis Multivariat.....	58
4.3.1 Pengembangan Model Teoritis	58
4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur	59
4.3.3 Pengembangan Model Menjadi Persamaan.....	60
4.3.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	61
4.4 Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	73
4.4.1 Ukuran Sampel	73
4.4.2 Normalitas.....	73

4.4.3 Evaluasi Outlier	74
4.4.4 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	75
4.4.5 Uji Validitas	76
4.4.6 Evaluasi Atas Nilai Residual	77
4.4.7 Uji <i>Realibility</i> dan <i>Variance Extracted</i>	78
4.4.8 Uji Hipotesis Penelitian	79
4.4.9 Analisis <i>Total Effects</i> , <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	82
4.4.9.1 <i>Total Effect</i>	82
4.4.9.2 <i>Direct Effects</i>	83
4.4.9.3 <i>Indirect Effects</i>	84
4.5 Pembahasan	84
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan.....	84
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan.....	85
4.5.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	86
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi Manajerial.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	89
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95