

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	9
2.1 Telaah Pustaka	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2 Persepsi Harga	11
2.1.3 Nilai Pelanggan	14
2.1.4 Nilai Pengalaman	16
2.1.5 Daya Tarik Produk	19
2.1.6 Perasaan Emosional	22
2.1.7 Minat Beli Ulang	24

2.1.8 Pengembangan Hipotesis	28
2.2 Pengembangan Model Penelitian Empirik	32
2.3 Dimensionalisasi Variabel	32
2.3.1 Variabel Minat Beli Ulang	32
2.3.2 Variabel Nilai Pelanggan	33
2.3.3 Variabel Perasaan Emosional	33
2.3.4 Variabel Nilai Pengalaman Intrinsik	34
2.3.5 Variabel Kualitas Pelayanan	34
2.3.6 Variabel Persepsi Harga	35
2.3.7 Variabel Daya Tarik Produk	35
2.4 Definisi Operasional Variabel	36
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendahuluan	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1. Populasi	42
3.4.2. Teknik Sampling	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Analisis	45
BAB IV ANALISIS DATA	57
4.1 Deskripsi Responden	57
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	58
4.1.2 Responden Menurut Usia	58
4.1.3 Responden Menurut Pendidikan	59
4.1.4 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	59

4.1.5	Responden Menurut Jumlah Pendapatan	60
4.2	Proses Analisis Data	61
4.2.1	Uji Reliabilitas <i>Univariate</i>	61
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Multivariate</i>	62
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden	65
4.3	Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	77
4.3.1	Tahap 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori	77
4.3.2	Tahap 2: Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	77
4.3.3	Tahap 3: Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan	78
4.3.4	Tahap 4: Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi	78
4.3.5	Tahap 5: Menilai Problem Identifikasi	91
4.3.6	Tahap 6: Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	92
4.3.7	Tahap 7: Interpretasi dan Modifikasi Model	97
4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian	99
4.4.1	Uji Hipotesis 1	99
4.4.2	Uji Hipotesis 2	99
4.4.3	Uji Hipotesis 3	99
4.4.4	Uji Hipotesis 4	100
4.4.5	Uji Hipotesis 5	100
4.4.6	Uji Hipotesis 6	101
4.5	Kesimpulan Hipotesis Penelitian	101
4.5.1	Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Nilai Pelanggan	101
4.5.2	Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Nilai Pelanggan	102
4.5.3	Hubungan antara Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang ..	103
4.5.4	Hubungan antara Nilai Pengalaman Intrinsik terhadap	

Perasaan Emosional	104
4.5.5 Hubungan antara Daya Tarik Produk terhadap Perasaan Emosional	105
4.5.6 Hubungan antara Perasaan Emosional terhadap Minat Beli Ulang	106
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	107
5.1 Ringkasan Penelitian	107
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	109
5.3 Implikasi Teoritis dan Manajerial	111
5.3.1 Implikasi Teoritis	111
5.3.2 Implikasi Manajerial	113
5.4 Keterbatasan Penelitian	117
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	117

DAFTAR PUSTAKA