

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Pelanggan.....	11
2.2 Promosi Harga.....	13
2.3 Kualitas Produk.....	15
2.4 Kualitas Pelayanan	16
2.5 Kepuasan Pelanggan	19
2.6 Minat Pembelian Ulang.....	20
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.7.1 Pengaruh Persepsi Promosi Harga terhadap Kualitas Produk	23
2.7.2 Pengaruh Persepsi Promosi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan .	25
2.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	27

2.7.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang	28
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel	35
3.2 Jenis Data	36
3.3 Sumber Data.....	36
3.4 Definisi Operasional	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	41

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian	49
4.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	50
4.3 Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	54
4.3.1 Evaluasi Normalitas Data	54
4.3.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Konstruk Eksogen (I).....	57
4.3.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Konstruk Eksogen (II)	58
4.3.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Konstruk Endogen	60
4.4 Pengujian Structural Equation Model (SEM)	62
4.4.1 Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk ..	65
4.4.2 Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Terhadap Kualitas Pelayanan.....	65
4.4.3 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.4.4 Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	66
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang.	66

4.5 Pembahasan.....	67
4.5.1 Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk ..	67
4.5.2 Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Terhadap Kualitas Pelayanan.....	68
4.5.3 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
4.5.4 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan...	70
4.5.5 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Ulang	71

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Kesimpulan Pengujian Hipotesis	72
5.1.1 H ₁ : Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Kualitas Produk.....	72
5.1.2 H ₂ : Persepsi Promosi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Kualitas Pelayanan.....	73
5.1.3 H ₃ : Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan	73
5.1.4 H ₄ : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
5.1.5 H ₅ : Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Pembelian Ulang	75
5.2 Kesimpulan Permasalahan Penelitian	75
5.3 Implikasi Teoritis	79
5.4 Implikasi Manajerial	82
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	87

DAFTAR PUSTAKA	89
-----------------------------	-----------