

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Kualitas pelayanan (<i>Service Quality</i>)	14
2.1.2 Nilai Keuntungan Pembelian.....	19
2.1.3 Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	21
2.1.4 Keterlibatan (<i>Involvement</i>).....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Keuntungan Pembelian.....	28
2.2.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	29
2.2.3 Nilai Keuntungan Terhadap Kepuasan.....	30
2.2.4 Kualitas pelayanan terhadap Keterlibatan	31
2.2.5 Nilai Keuntungan terhadap Keterlibatan.....	31

2.2.6 Kepuasan terhadap Keterlibatan	32
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.2.1 Populasi Penelitian.....	40
3.2.2 Sampel Penelitian.....	40
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Pengumpulan Data Primer.....	42
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder	43
3.5 Metode Analisis Data	43
3.5.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	44
3.5.2 Menyusun Diagram <i>Path</i>	44
3.5.3 Menyusun Persamaan Struktural	45
3.5.4 Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan	45
3.5.5 Ukuran Sampel	46
3.5.6 Estimasi Model.....	47
3.5.7 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	47
3.5.8 Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	48
3.5.9 Interpretasi dan modifikasi model.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Responden.....	53

4.1.1 Jenis Kelamin Responden	53
4.1.2 Usia Responden	54
4.1.3 Pekerjaan Responden	54
4.1.4 Pengeluaran Rata-rata oleh Responden	55
4.1.5 Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	55
4.2. Hasil Analisis.....	56
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.2.2 Analisis SEM	61
4.3 Pembahasan	76
4.3.1 Pengujian Hipotesis.	76
4.3.1.1 Uji Hipotesis 1 : Kualitas Pelayanan terhadap Nilai Keuntungan Pembelian	78
4.3.1.2 Uji Hipotesis 2 : Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	78
4.3.1.3 Uji Hipotesis 3 : Nilai Keuntungan Pembelian Terhadap Kepuasan	79
4.3.1.4 Uji Hipotesis 4 : <i>Service Quality terhadap Involvement</i>	79
4.3.1.5 Uji Hipotesis 5 : Nilai Keuntungan Pembelian terhadap Keterlibatan.....	79
4.3.1.6 Uji Hipotesis 6: Kepuasan (<i>Satisfaction</i>) terhadap Keterlibatan (<i>Involvement</i>)	80
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Implikasi Teoritis	82
5.3 Implikasi Manajerial.....	83
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.5 Saran Penelitian Mendatang	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91