

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Telaah Pustaka	10
2.1.1 Minat Pembelian Ulang.....	10
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	11
2.1.3 Persepsi Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Persepsi Kualitas Layanan.....	15
2.2 Telaah Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19

2.3.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.3.3	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang	20
2.3.4	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang	21
2.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang.....	21
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	23
3.1.1	Definisi Konseptual Variabel	23
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	24
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.4	Metode Pengumpulan Data	26
3.5	Skala Pengukuran Data	26
3.6	Metode Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Karakteristik Responden	31
4.2	Analisis Kuantitatif	33
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	34
4.2.3	<i>Path Analysis</i>	37
4.3	Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.1	Uji hipotesis persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	42
4.3.2	Uji hipotesis persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	42
4.3.3	Uji hipotesis persepsi kualitas produk terhadap minat pembelian ulang.....	43
4.3.4	Uji hipotesis persepsi kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang.....	43
4.3.5	Uji hipotesis kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang	43
4.4	Analisis Koefisien Determinasi	44

4.4.1	Analisis Koefisien Determinasi <i>Path</i> 1.....	44
4.4.2	Analisis Koefisien Determinasi <i>Path</i> 2.....	45
4.4.3	<i>Sobel Test</i>	46
4.5	Pembahasan.....	47
4.5.1	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
4.5.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	48
4.5.3	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang	48
4.5.4	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang	49
4.5.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang.....	49
BAB V PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Implikasi Manajerial	52
5.3	Keterbatasan Penelitian	52
5.4	Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN		55