

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Penelitian Terdahulu	5
1.3. Kesenjangan Penelitian	7
1.4. Batasan Masalah	9
1.5. Perumusan Masalah	9
1.6. Tujuan Penelitian	9
1.7. Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Literatur	11
2.1.1. Kualitas Pelayanan (<i>Service quality</i>)	11
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan (<i>Service quality</i>)	11
2.1.1.2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.3. Model Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.4. Strategi Meningkatkan Pelayanan.....	16
2.1.2. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	18
2.1.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.1.2.2. Faktor-faktor Penentu Kepuasan.....	20
2.1.2.3. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	20

2.1.2.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.3. Keputusan Pembelian Ulang.....	25
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.2. Proses Keputusan Pembelian	26
2.1.3.3. Model Pelanggan dalam Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3.4. Tingkatan dalam Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3.5. Dimensi Keputusan Pembelian	28

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1. Kerangka Konseptual	32
3.2. Hipotesis Penelitian	35
3.2.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	36
3.2.2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pelanggan	38
3.2.3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang	39

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian	41
4.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
4.2.1. Kualitas Pelayanan (X1)	42
4.2.2. Kepuasan Pelanggan (Y1)	43
4.2.3. Niat Pembelian Ulang (Y2)	44
4.3. Analisis Mediasi.....	46
4.4. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel	47
4.4.1. Metode Pengukuran	47
4.5. Populasi dan Sampel	47
4.5.1. Populasi	47
4.5.2. Sampel	47
4.6. Jenis dan Sumber Data	48
4.7. Uji Kualitas Data	48
4.7.1. Uji Validitas	48
4.7.2. Uji Reliabilitas	49

4.7.3. Prosedure <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	51
4.8. Etika Penelitian	57
 BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pelaksanaan Penelitian	58
5.1.1. Pelaksanaan <i>Pre-Test</i>	58
5.1.1.1. Pembahasan Uji Validitas	58
5.1.1.2. Pembahasan Reliabilitas	63
5.1.2. Pelaksanaan <i>Survey</i>	64
5.2 Hasil Penelitian	64
5.2.1. Analisa Deskriptif Demografi Responden	64
5.2.2. Analisis Perbedaan Demografi Responden (Uji ANOVA).....	65
5.2.2.1. Perbedaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
5.2.2.2. Perbedaan Responden Berdasarkan Usia.....	66
5.2.2.3. Perbedaan Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	67
5.2.2.4. Perbedaan Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	67
5.3 Analisis Hasil Penelitian Dengan SEM	68
5.3.1. Analisis Model Pengukuran	68
5.3.2. Analisis Uji Struktural.....	71
5.3.3. Analisis Kesesuaian Seluruh Model.....	72
5.3.4. Pengujian Hipotesis.....	77
5.3.4.1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
5.3.4.2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Niat Pembelian Ulang	78
5.3.4.3. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Pembelian	
Ulang	79
5.3.4.4. Analisis Mediasi Kepuasan	80
 BAB VI IMPLIKASI MANAJERIAL	
6.1 Implikasi Manajerial	81

BAB VII PENUTUP

7.1	Kesimpulan	91
7.2	Keterbatasan Penelitian.....	91
7.3	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	92

DAFTAR PUSTAKA