

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2. Manfaat Praktis .....	8
1.5.2.1 Bagi Penulis.....	8
1.5.2.2 Bagi Perusahaan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Tinjauan Teori .....	9
2.1.1. Pemasaran .....	9
2.1.2. Konsep Pemasaran .....	10
2.1.3. Pemasaran Jasa.....	10
2.1.4. Karakteristik Jasa .....	12
2.1.5. Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.7 Citra Merek .....	15
2.1.8 Dimensi Citra Merek .....	16
2.1.9 Kepercayaan .....	17
2.1.10 Dimensi Kepercayaan .....	18

2.1.11	Kepuasan Pelanggan .....	19
2.1.12	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan .....	20
2.1.13	Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	21
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3.	Hubungan antar Variabel .....	28
2.3.1.	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan .....	28
2.3.2.	Hubungan Citra Merek terhadap Kepercayaan ..	28
2.3.3	Hubungan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	29
2.3.4	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan.....	30
2.3.5	Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan .....	31
2.4.	Hipotesis .....	32
2.5.	Model Penelitian .....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Desain Penelitian .....	33
3.2.	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.2.1.	Jenis Data .....	33
3.2.2.	Sumber Data .....	34
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ....	34
3.3.1.	Populasi .....	34
3.3.2.	Sampel.....	35
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4.	Unit Analisis .....	36
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	36
3.5.1.	Kualitas Pelayanan .....	36
3.5.2.	Citra Merek .....	38
3.5.3.	Kepercayaan .....	39
3.5.4.	Kepuasan Pelanggan .....	39
3.6.	Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1.	Uji Kualitas Data.....	40
3.6.1.1.	Uji Validitas .....	40
3.6.1.2.	Uji Reliabilitas .....	41
3.6.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.2.1.	Uji t .....	42
3.6.2.2.	Uji F .....	43
3.6.3.	Koefisien Determinasi.....	44
3.6.4.	Uji Intervening .....	45
3.6.4.1.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	45
3.6.4.2.	Mendeteksi Pengaruh Mediasi ( <i>Sobel Test</i> ).....	47

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Objek Penelitian .....	50
4.2	Hasil Penelitian .....	51
4.2.1	Deskriptif Data/Karakteristik Responden .....	51
4.3	Hasil Uji Validitas.....	54
4.3.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	54
4.3.2	Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	56
4.3.3	Hasil Uji Validitas Kepercayaan .....	56
4.3.4	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	57
4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.5	Analisis Deskriptif Penelitian .....	58
4.5.1	Variabel Kualitas Pelayanan .....	59
4.5.2	Variabel Citra Merek.....	63
4.5.3	Variabel Kepercayaan .....	64
4.5.4	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	65
4.6	Analisis Jalur ( <i>Path Anlysis</i> ) .....	67
4.6.1	Tahap Pertama.....	67
4.6.2	Tahap Kedua .....	70
4.6.3	Tahap I dan II .....	73
4.6.3.1.	<i>Sobel Test</i> Tahap Pertama .....	74
4.6.3.2.	<i>Sobel Test</i> Tahap Kedua.....	76
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	77
4.8	Temuan Penelitian.....	80
4.9	Keterbatasan Penelitian.....	81

## **BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI PENELITIAN**

5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Saran.....	84
5.3	Implikasi Penelitian.....	87
5.3.1	Implikasi Teoritis .....	87
5.3.2	Implikasi Praktis.....	87

<b>Daftar Pustaka</b> .....	89
-----------------------------	----

<b>Lampiran</b> .....	93
-----------------------	----