

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah | 12 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 12 |
| 1.2.2. Pembatasan Masalah | 13 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 13 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 15 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1. Tinjauan Teori Terkait | 16 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran | 16 |
| 2.1.2. Pengertian Jasa | 17 |
| 2.1.3. Pengertian Kualitas Pelayanan | 18 |
| 2.1.3.1. Dimensi Kualitas Pelayanan | 20 |
| 2.1.3.2. Manfaat Menciptakan Kualitas Pelayanan | 20 |
| 2.1.3.3. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan | 21 |
| 2.1.4. Pengertian Harga | 23 |
| 2.1.4.1. Tujuan Penetapan Harga | 25 |
| 2.1.4.2. Indikator Harga | 26 |
| 2.1.5. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>) | 26 |
| 2.1.5.1. Tujuan Citra Merek | 29 |

| | |
|---|----|
| 2.1.5.2. Indikator Citra Merek | 30 |
| 2.1.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan | 30 |
| 2.1.6.1. Konsep Kepuasan Pelanggan | 33 |
| 2.1.6.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan | 34 |
| 2.1.6.3 Indikator Kepuasan Pelanggan | 35 |
| 2.1.6.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan | 36 |
| 2.1.7. Pengertian Minat Beli Ulang (<i>Repurchas Intention</i>) | 37 |
| 2.1.7.1 Indikator Minat Beli Ulang | 39 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 41 |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel | 48 |
| 2.4. Hipotesis | 54 |
| 2.5. Model Penelitian | 55 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Desain Penelitian | 56 |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data | 57 |
| 3.2.1 Jenis Data | 57 |
| 3.2.2. Sumber Data | 58 |
| 3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 58 |
| 3.3.1. Populasi | 58 |
| 3.3.2. Sampel | 59 |
| 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel | 59 |
| 3.4. Unit Analisis Data | 59 |
| 3.5. Definisi Operasional Variabel | 60 |
| 3.5.1. Kualitas Pelayanan | 61 |
| 3.5.2. Harga | 63 |
| 3.5.3. Citra Merek | 64 |
| 3.5.4. Kepuasan Pelanggan | 65 |
| 3.5.5. Minat Beli Ulang | 67 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 69 |
| 3.6.1 Uji Kualitas Data | 70 |
| 3.6.1.1. Uji Validitas | 70 |
| 3.6.1.2. Uji Reliabilitas | 71 |
| 3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda | 72 |
| 3.6.2.1 Uji t | 73 |
| 3.6.2.2 Uji F | 74 |
| 3.6.2.3 Koefisien Determinasi | 74 |
| 3.6.3. Uji Intervening | 75 |
| 3.6.3.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 76 |
| 3.6.3.2. Mendeteksi Pengaruh (<i>Sobel Test</i>) | 77 |
| 3.6.3.3. Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>) | 79 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 4.1. Profil Objek Penelitian | 81 |
| 4.2 Hasil Penelitian. | 83 |
| 4.2.1 Deskriptif Data/Karakteristik Responden | 83 |
| 4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 87 |
| 4.3.1. Uji Validitas | 87 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 91 |
| 4.4. Analisis Deskriptif Penelitian | 92 |
| 4.4.1. Variabel Kualitas Pelayanan | 93 |
| 4.4.2 Variabel Harga | 97 |
| 4.4.3 Variabel Citra Merek | 99 |
| 4.4.4 Variabel Kepuasan Pelanggan | 101 |
| 4.4.5 Variabel Minat Beli Ulang | 102 |
| 4.5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 103 |
| 4.5.1. Analisis Jalur Tahap I | 104 |
| 4.5.2 Analisis Jalur Tahap II | 108 |
| 4.5.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II | 114 |
| 4.6. Mendeteksi Pengaruh Mediasi | 116 |
| 4.6.1. Tahap Pertama | 117 |
| 4.6.2 Tahap Kedua | 119 |
| 4.5.3 Tahap Ketiga | 121 |
| 4.7. Pembahasan Hasil Penelitian | 123 |
| 4.8. Temuan Penelitian | 133 |
| 4.9. Keterbatasan Penelitian | 133 |

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 5.1. Kesimpulan | 134 |
| 5.2. Saran | 137 |
| 5.3. Implikasi Hasil Penelitian | 140 |
| 5.3.1. Implikasi Teoritis | 141 |
| 5.3.2 Implikasi Praktisi | 142 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | 143 |
|-----------------------------|------------|

| | |
|-----------------------|------------|
| LAMPIRAN | 148 |
|-----------------------|------------|