

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN TEORI	12
2.1 Kualitas Pelayanan	12
2.1.1 Definisi Kualitas.....	12
2.1.2 Definisi Pelayanan.....	12
2.1.3 Definisi Kualitas Pelayanan.....	13

2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.1 Definisi Kepuasan	15
2.2.2 Definisi Pelanggan	16
2.2.3 Definisi Kepuasan Pelanggan	16
2.2.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.5 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.6 Indikator Kepuasan Pelanggan	19
2.3 Harga	20
2.3.1 Definisi Harga	20
2.3.2 Peranan Harga	21
2.3.3 Persepsi Harga.....	22
2.3.4 Penetapan Harga.....	22
2.3.5 Indikator Harga	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Hipotesis	33
2.6 Hubungan antar Variabel	33
2.6.1 Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan ...	33
2.6.2 Hubungan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh harga	34
2.7 Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Sumber Data	39

3.2.1 Jenis Data.....	39
3.2.2 Sumber Data.....	39
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel dan Teknik Penentuan Sampel	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.4.1 Variabel Kualitas Pelayanan	42
3.4.2 Variabel Harga	45
3.4.3 Variabel Kepuasan Pelanggan	45
3.5 Metode Pengukuran.....	46
3.6 Teknik Analisa Data	47
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6.2 Analisis Data.....	48
3.6.2.1 Uji Instrumen.....	48
3.6.2.1.1 Uji Validitas	48
3.6.2.1.2 Uji Reliabilitas	51
3.6.3 Model Rerata Sel.....	52
3.6.3.1 Median Split	53
3.6.3.2 Metode General Linear Model (GLM) Univariate	54
3.6.3.3 Metode Rerata Sel ANOVA Nonhirarki	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Pelaksanaan Penelitian	57
4.1.1 Pelaksanaan <i>Pretest</i>	57
4.1.1.1 Pembahasan Uji Validitas <i>Pretest</i>	58
4.1.1.2 Pembahasan Uji Reliabilitas	62

4.1.2 Pelaksanaan Survei.....	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	64
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Pendidikan Terakhir.....	66
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Go- Ride	67
4.2.2 Analisis Perbedaan Respon Responden.....	67
4.2.2.1 Perbedaan Respon Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2.2 Perbedaan Respon Berdasarkan Usia	69
4.2.2.3 Perbedaan Respon Berdasarkan Latar Pendidikan Terakhir	70
4.2.2.4 Perbedaan Respon Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	71
4.2.3 Analisis Hasil Penelitian dengan <i>General Linier Model</i>	73
4.2.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	73
4.2.3.2 Pembahasan Uji Reliabilitas	77
4.3 Analisis Hasil Penelitian Dengan Rerata Sel.....	78
4.3.1 <i>Median Split</i>	78
4.3.2 Pengujian Hipotesis 1 : Kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan.....	80
4.3.3 Pengujian Hipotesis 2 : Harga memoderasi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.....	82
4.3.4 Pembahasan Hipotesis	87

4.3.4.1	Kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan	88
4.3.4.2	Kualitas pelayanan yang dimoderasi oleh harga meningkatkan kepuasan pelanggan	90
4.3.4.3	Khusus kelompok yang memiliki persepsi harga mahal, kelompok konsumen yang memiliki persepsi kualitas pelayanan tinggi lebih puas dibandingkan konsumen yang memiliki persepsi kualitas pelayanan rendah.	91
4.3.4.4	Khusus kelompok yang memiliki persepsi kualitas pelayanan tinggi, kelompok konsumen yang memiliki persepsi harga murah tidak lebih puas dibandingkan dengan kelompok konsumen yang memiliki persepsi harga mahal.	93
4.3.4.5	Khusus kelompok yang memiliki persepsi kualitas pelayanan rendah, kelompok konsumen yang memiliki persepsi harga murah lebih puas dibandingkan kelompok konsumen yang memiliki persepsi harga mahal.	95
4.4	Temuan Penelitian.....	96
4.5	Keterbatasan Penelitian	97
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI PENELITIAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	100
5.2.1	Saran untuk Perusahaan.....	100
5.2.2	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	101
5.3	Implikasi Penelitian	101
5.3.1	Implikasi Teoritis	101
5.3.2	Implikasi Praktis.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		108