

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1.1 Kepuasan	9
2.1.2 Dimensi Kepuasan	9
2.2.1 Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
2.3.1 Kualitas Layanan	12
2.3.2 Karakteristik Layanan	13
2.3.3 Dimensi Kualitas Layanan	14
2.4.1 Kepercayaan	14
2.4.2 Jenis-Jenis Kepercayaan	15
2.4.2 Dimensi Kepercayaan	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Hubungan Antar Variabel	20
2.6.1 Hubungan Kualitas layanan(X1) terhadap Keputusan Pembelian(Z)	20
2.6.2 Hubungan Kepercayaan(X2) terhadap Keputusan pembelian(Z)	20
2.6.3 Hubungan Kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)	21
2.6.4 Hubungan Kepercayaan (X2)	

terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).....	21
2.6.5 Hubungan Keputusan pembelian (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).....	21
2.7 Hipotesis	22
2.8 Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Riset	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.2.1 Jenis Data	23
3.2.2 Sumber Data	24
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4 Unit Analisis	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	25
3.5.1 Kualitas layanan (X1)	26
3.5.2 Kepercayaan (X2)	26
3.5.3 Keputusan pembelian (Z)	26
3.5.4 Kepuasan pelanggan (Y)	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	28
3.6.3 Analisis Jalur (Path Analysis)	28
3.6.4 Uji t	30
3.6.5 Koefisien Determinasi	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
4.1 Hasil Penelitian	31
4.1.1 Karakteristik Responden	31
4.1.2 Uji Validitas	32
4.1.3 Uji Reliabilitas	35
4.1.4 Analisis Deskriptif Penelitian	35
4.1.4.1 Kualitas Layanan (X1)	36
4.1.4.2 Kepercayaan (X2)	37
4.1.4.3 Keputusan Pembelian (Z)	38
4.1.4.4 Kepuasan Pelanggan (Y)	40
4.1.5 Analisis Jalur (Path Analysis)	41
4.1.5.1 Analisis Jalur Tahap 1	41
4.1.5.2 Analisis Jalur Tahap 2	43
4.1.5.3 Analisis jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	46
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	49
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	49
5.1.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	49
5.1.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	49
5.1.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	50

5.1.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
5.1.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
5.1.6 Pengaruh Kuallitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian	52
5.1.7 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	53
5.2 Temuan Penelitian	53
5.3 Keterbatasan Penelitian	54
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Saran	56
6.3 Implikasi Penelitian	57
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	57
6.3.2 Implikasi Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62