

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Lingkup Penelitian.....	17
1.7 Sistematika Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Pemasaran Jasa.....	19
2.2 Jasa Kurir .....	20
2.3 Kualitas Layanan .....	21
2.4 Citra Merek .....	24
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	26
2.6 Getok Tular .....	27
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu .....	29

2.8	Perumusan Hipotesis Penelitian.....	34
2.8.1	Pengaruh Dimensi Keandalan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	34
2.8.2	Pengaruh Dimensi Daya Tanggap Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	35
2.8.3	Pengaruh Dimensi Keberwujudan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	36
2.8.4	Pengaruh Dimensi Jaminan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	37
2.8.5	Pengaruh Dimensi Empati Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	38
2.8.6	Pengaruh Manfaat Fungsional Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	39
2.8.7	Pengaruh Manfaat Simbolik Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	40
2.8.8	Pengaruh Manfaat Emosional Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	41
2.8.9	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pada Getok Tular.....	42
2.9	Model Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN .....		45
1.1	Desain Penelitian .....	45
3.2	Definisi Operasional .....	45
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.3.1	Sumber Data.....	50
3.3.2	Populasi dan Sampel .....	50
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.4	Instrumen Penelitian .....	51

3.5	Skala Pengukuran Instrumen Penelitian .....	52
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian .....	53
3.6.1	Uji Validitas.....	53
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	54
3.7	Metode Analisis Data.....	55
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	55
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.2.1	Uji Normalitas .....	55
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas .....	56
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	56
3.7.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.7.3.2	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	57
3.7.3.3	Uji Statistik f .....	58
3.7.3.4	Uji Statistik t.....	59
3.7.3.5	Koefisien Determinasi.....	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	60
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian .....	60
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	60
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	63
4.3	Karakteristik Responden .....	64
4.3.1	Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	66

4.4	Analisis Statistik Deskriptif.....	67
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	71
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	71
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
4.6	Uji Hipotesis .....	72
4.6.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
4.6.2	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	76
4.7	Pembahasan dan Diskusi.....	78
4.7.1	Pengaruh Dimensi Keandalan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	78
4.7.2	Pengaruh Dimensi Daya Tanggap Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	79
4.7.3	Pengaruh Dimensi Keberwujudan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	81
4.7.4	Pengaruh Dimensi Jaminan Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	82
4.7.5	Pengaruh Dimensi Empati Dari Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan .....	83
4.7.6	Pengaruh Manfaat Fungsional Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	85
4.7.7	Pengaruh Manfaat Simbolik Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	86
4.7.8	Pengaruh Manfaat Emosional Dari Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan .....	87
4.7.9	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pada Getok Tular .....	88
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	90
5.1	Simpulan.....	90

5.2	Implikasi Manajerial.....	92
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4	Saran.....	94