

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	i
Pernyataan Bebas Plagiasi	ii
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
Abstract.	viii
Abstrak.....	ix
Latar Belakang.	1
Metode.....	4
1. Variabel Penelitian	4
2. Partisipan Penelitian	4
3. Instrumen Penelitian.....	6
4. Desain Penelitian.....	7
5. Pengumpulan dan Analisis Data.	8
Hasil.....	10
A. Gambaran karakteristik demografi.	11
B. Gambaran dimensi kualitas pelayanan dan intensi membeli.....	12
C. Reliabilitas instrumen pengukuran.	16
D. Uji Asumsi dan Uji statistik (t test dan Anova).....	16

1. Normalitas Data	16
2. Uji Homogenitas.....	17
Tabel 9. Hasil uji homogenitas varians data pada uji 2 kelompok.....	17
E. Pengaruh pramuniaga lintas budaya terhadap persepsi kualitas pelayanan dan intensi membeli konsumen memiliki latar belakang budaya yang berbeda maupun sama dengan pramuniaga.	18
F. Pengaruh interaksi latar belakang budaya konsumen, latar belakang budaya pramuniaga dan jenis kelamin terhadap persepsi kualitas pelayanan dan intensi membeli.	23
Diskusi.....	26
Kesimpulan dan Saran.....	32
A. Kesimpulan.....	32
B. Saran.....	33
Daftar Pustaka	34
Lampiran.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variabel penelitian	4
Tabel 2. Rancangan Eksperimen.....	8
Tabel 3. Gambaran Karakteristik Jenis Kelamin Responden	11
Tabel 4. Gambaran Karakteristik Umur Responden (tahun)	11
Tabel 5. Persepsi Kualitas Layanan dan Intensi Membeli Berdasarkan Dimensi Antar Kelompok	12
Tabel 6. Gambaran secara deskriptif kualitas pelayanan dan intensi membeli berdasarkan budaya pramuniaga, budaya konsumen dan kelompok perlakuan menurut jenis kelamin/gender konsumen.....	15
Tabel 7. Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayan & Intensi Membeli	16
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Data.....	17
Tabel 9. Hasil uji homogenitas varians data pada uji 2 kelompok	17
Tabel 10. Counterbalanced Persepsi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Perlakuan Yang Diberikan (Audio 1 dan Audio 2).	18
Tabel 11. Hasil Uji Beda dan Counterbalance Intensi Membeli Konsumen Berdasarkan Perlakuan Yang Diberikan (Audio 1 dan Audio 2).....	19
Tabel 12. Hasil Analisis Perbedaan Persepsi Kualitas Layanan dan Intensi Membeli Pada Kelompok Berdasarkan Mean (M), Standard Deviasi (SD) dan One Way Analyses of Varian (ANOVA).	21
Tabel 13. Ringkasan interaksi latar budaya konsumen, pramuniaga dan jenis kelamin terhadap kualitas layanan dan intensi membeli.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Interaksi konsumen, pramuniaga dan persepsi kualitas pelayanan. .	24
Gambar 2. Interaksi konsumen, pramuniaga dan persepsi intensi membeli.....	24
Gambar 3. Interaksi konsumen laki-laki, pramuniaga dan kualitas pelayanan ..	24
Gambar 4. Interaksi konsumen perempuan, pramuniaga pada kualitas pelayanan	24
Gambar 5. Interaksi konsumen laki-laki, pramuniaga dan Intensi membeli.....	25
Gambar 6. Interaksi konsumen perempuan, pramuniaga dan intensi membeli .	25

DAFTAR LAMPIRAN

A. BLUEPRINT	39
1. Kualitas Layanan.....	39
2. Intensi Membeli.....	42
B. SKALA	42
1. Skala Kualitas Pelayanan:	42
2. Skala Intensi Membeli	44
C. ANALISIS DATA DAN UJI ASUMSI.....	45
1. Reliabilitas	45
2. Uji Homogenitas.....	45
3. Uji Normalitas	45
4. Paired t test.....	46
5. ANOVA Satu Jalur	49
D. DATA PENELITIAN.....	52
JAWA A.....	52
JAWA B	54
MINANG A.....	57
MINANG B	60
E. INFORMED CONSENT.....	62