

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN DEDIKASI.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Kualitas Pelayanan.....	5
Indikator Mengukur Kualitas Pelayanan	6
Minat Beli Ulang	7
Retail Modern.....	10
Penelitian Terdahulu	10
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	15
Landasan Teori	15
Hipotesis	17
MATERI DAN METODE	18
Waktu dan Lokasi.....	18
Materi	18
Desain penelitian	18
Populasi dan sampel	19
Instrumen dan skala penelitian	20

Metode	22
Analisis statistik deskriptif	22
Model pengukuran	25
Validitas konvergen	27
Validitas diskriminan	28
Reliabilitas	30
Model struktural	32
Evaluasi model struktural.....	32
Pengujian hipotesis.....	33
Batasan Operasional.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
Keadaan Umum Retail modern Oricow.....	36
Karakteristik Responden	38
Karakteristik Perilaku Pembelian Daging	43
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
Distribusi Variabel Kualitas Pelayan, Kepuasan Pelanggan, dan Minat Beli Ulang	47
Nilai variabel kualitas pelayanan.....	48
Nilai variabel kepuasan pelanggan	50
Nilai variabel minat beli ulang	52
Uji Validitas dan Reliabilitas	54
Pengujian <i>Outer Model</i>	54
Uji validitas	55
Uji validitas konvergen	55
Uji validitas diskriminan.....	56
Uji reliabilitas	58
Hasil Uji Hipotesis	59
Pengujian <i>Inner model</i>	59
Uji Koefisien jalur (<i>path coefficient</i>).....	60
Uji <i>Bootstrapping direct (p-value)</i>	61
Uji <i>Specific indirect effect</i>	63
Ringkasan pengujian hipotesis	65
Uji koefisien determinasi (R^2).....	66

Uji <i>Effect size</i> (F^2)	69
Uji Model <i>fit</i>	70
Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	72
Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang.....	76
Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang	78
Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui variabel mediasi kepuasan pelanggan	80
KESIMPULAN DAN SARAN	83
Kesimpulan	83
Saran	84
RINGKASAN	86
DAFTAR PUSTAKA.....	91
UCAPAN TERIMAKASIH.....	100
LAMPIRAN.....	103