UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**BIAS ETNOSENTRISME DALAM PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN INTENSI MEMBELI: STUDI
EKSPERIMENTAL DENGAN PARTISIPAN KONSUMEN SURABAYA DAN YOGYAKARTA**
PUTU INTAN PRATIWI W, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# Daftar Isi

Halaman Judul ……i
Halaman Pengesahan …… ii
Pernyataan Bebas Plagiasi……iii
Kata Pengantar ……..iv
Daftar Isi ……v
Daftar Tabel ……vi
Daftar Gambar ……vii
Daftar Lampiran ……viii
Abstrak ……ix
Pengantar ……1
Metode ……7
Hasil ……..10
Diskusi ……...14
Kesimpulan ……21
Saran ……22
Daftar Pustaka ……23
Lampiran ……27

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**BIAS ETNOSENTRISME DALAM PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN INTENSI MEMBELI: STUDI EKSPERIMENTAL DENGAN PARTISIPAN KONSUMEN SURABAYA DAN YOGYAKARTA**
PUTU INTAN PRATIWI W, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# Daftar Tabel

| Tabel | Halaman |
|---|---|
| 1. Data Deskriptif | 11 |
| 2. Hasil Uji *Three-ways Anova* dan *T -Test* | 12 |

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**BIAS ETNOSENTRISME DALAM PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN INTENSI MEMBELI: STUDI EKSPERIMENTAL DENGAN PARTISIPAN KONSUMEN SURABAYA DAN YOGYAKARTA**
PUTU INTAN PRATIWI W, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# Daftar Gambar

| Gambar | Halaman |
|---|---|
| 1. Efek Interaksi Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2. Efek Interaksi Intensi Membeli | 13 |

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**BIAS ETNOSENTRISME DALAM PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN INTENSI MEMBELI: STUDI
EKSPERIMENTAL DENGAN PARTISIPAN KONSUMEN SURABAYA DAN YOGYAKARTA**
PUTU INTAN PRATIWI W, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# Daftar Lampiran


| Lampiran | Halaman |
|---|---|
| A. *Blue print* Alat Ukur | |
| 1. *Blue print* skala kualitas pelayanan | 27 |
| 2. *Blue print* skala intensi membeli | 28 |
| B. Alat Ukur Penelitian | |
| 1. Skala kualitas pelayanan | 28 |
| 2. Skala intensi membeli | 29 |
| C. Data Penelitian | |
| 1. Data persepsi kualitas pelayanan pada *frontliner* Jogja | 30 |
| 2. Data persepsi kualitas pelayanan pada *frontliner* Surabaya | 35 |
| 3. Data intensi membeli pada *frontliner* Jogja | 39 |
| 4. Data intensi membeli pada *frontliner* Surabaya | 42 |
| D. Analisis Data | |
| 1. Uji asumsi | |
| 1.1. Uji normalitas | 44 |
| 1.2. Uji homogenitas | 44 |
| 1.3. Uji *counterbalanced* persepsi kualitas pelayanan | 44 |
| 1.4. Uji *counterbalanced* intensi membeli | 45 |
| 2. Uji hipotesis | |
| 2.1. Uji *Two Ways* ANOVA | 46 |
| 2.2. *Paired-sample T-test* pada persepsi kualitas pelayanan | 47 |
| 2.3. *Paired-sample T-test* pada intensi membeli | 47 |
| 2.4. *Independent sample T-test* pada persepsi kualitas pelayanan | 47 |
| 2.5. *Independent sample T-test* pada intensi membeli | 49 |
| E. Lembar *Ethical Clearance* | 51 |
| F. Lembar *Informed Consent* | 52 |

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**BIAS ETNOSENTRISME DALAM PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN INTENSI MEMBELI: STUDI
EKSPERIMENTAL DENGAN PARTISIPAN KONSUMEN SURABAYA DAN YOGYAKARTA**
PUTU INTAN PRATIWI W, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**