

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis.....	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Lingkup Penelitian.....	12
1.5.1 Objek Penelitian.....	13
1.5.2 Lokasi Penelitian	14
1.5.3 Waktu Penelitian.....	14
BAB II	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kualitas Layanan untuk Layanan Inti.....	15
2.1.2 Kualitas Layanan untuk Layanan Periferal	16
2.1.3 Nilai yang dirasakan untuk Waktu dan Biaya.....	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.5 Niat Pembelian Ulang	18
2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Hubungan antara Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan konsumen	19

2.2.2	Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang.....	19
2.2.3	Hubungan antara Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan.....	20
2.2.4	Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.5	Hubungan antara Kualitas Layanan dan Niat Pembelian Ulang	22
2.3	Model Penelitian.....	23
BAB III.....		25
3.1	Desain Penelitian	25
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.2.1	Kualitas Layanan untuk Layanan Inti.....	25
3.2.2	Kualitas Layanan untuk Layanan Periferal	27
3.2.3	Nilai yang Dirasakan untuk waktu dan biaya	28
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	32
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel	32
3.3.2	Populasi.....	32
3.3.3	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	33
3.4	Jumlah Sampel	33
3.5	Objek Penelitian	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	40
3.7	Instrumen Penelitian.....	40
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
3.8.1	Uji Validitas	41
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.8.3	Uji Multikolinearitas.....	42
3.9	Pengujian Hipotesis.....	43
3.10	Metode Analisis Data	44
BAB IV.....		45
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Karakteristik Responden	45
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	50
4.1.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.1.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
4.1.5	Pengujian Hipotesis.....	69
4.2	Pembahasan.....	77

4.2.1	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.2.2	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang.....	78
4.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Inti terhadap Nilai yang Dirasakan	80
4.2.4	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Inti terhadap Kepuasan Konsumen	81
4.2.5	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Inti terhadap Niat Pembelian Ulang	81
4.2.6	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Periferal terhadap Nilai yang Dirasakan	82
4.2.7	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Periferal terhadap Kepuasan Konsumen	83
4.2.8	Pengaruh Kualitas Layanan untuk Layanan Periferal terhadap Niat Pembelian Ulang.....	85
4.3	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
BAB V	85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Implikasi Manajerial.....	86
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	88
5.4	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	101