

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Kata Pengantar.....	i
Daftar isi	ii
Daftar gambar.....	iii
Daftar tabel.....	viii
Intisari.....	xi
Abstract	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah	5
1.3. Pertanyaan riset.....	6
1.4. Tujuan riset	7
1.5. Lingkup riset	7
1.5.1. Model riset	7
1.5.2. Obyek riset.....	8
1.5.3. Lokasi riset.....	8
1.5.4. Waktu riset.....	8
BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis	9
2.1. Niat pembelian (<i>Purchase intention</i>).....	9
2.2. Desain situs <i>web</i> (<i>Website design</i>).....	10
2.3. Keandalan (<i>Reliability</i>)	11
2.4. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	12
2.5. Trust (<i>Kepercayaan</i>)	12
2.6. Personalisasi (<i>Personalization</i>).....	13

2.7. Kualitas layanan secara keseluruhan	14
2.8. Kepuasan pelanggan	15
2.9. Model Penelitian	16
BAB III Metode Penelitian	18
3.1. Strategi Riset	18
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran	18
3.2.1. Desain situs <i>web</i> (<i>Web site design</i>).....	19
3.2.2. Keandalan (<i>Reliability</i>).....	20
3.2.3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	21
3.2.4. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	22
3.2.5. Personalisasi (<i>personalisation</i>)	23
3.2.6. Kualitas Layanan secara keseluruhan	24
3.2.7. Kepuasan Pelanggan.....	25
3.2.8. Niat pembelian (<i>Purchase intention</i>)	26
3.3. Desain pengambilan sampel.....	27
3.3.1. Metode pengambilan sampel.....	27
3.3.2. Unit sampel.....	28
3.3.3. Ukuran sampel.....	28
3.3.4. Lokasi riset.....	29
3.4. Profil Responden	29
3.5. Obyek Riset	32
3.6. Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Instrumen Riset.....	35
3.8. Hasil Pengujian instrumen	36
3.8.1. Metode dan Hasil Pengujian validitas	36

3.8.2. Metode dan Hasil Pengujian reliabilitas	40
3.9. Analisis data	42
3.9.1. Metode analisis data	42
3.9.1.1. Regresi	42
3.9.2. Uji asumsi klasik	43
3.9.3. Pengembangan formulasi dasar	45
3.9.3.1. Pengembangan formulasi analisis regresi berganda (<i>multiple linier regresion</i>).....	45
3.9.4. <i>Goodness of fit test</i>	46
3.9.4.1. Uji t.....	47
3.9.4.2. Uji F	47
3.9.4.3. Uji koefisien determinasi (R^2)	47
3.9.5. Tingkat signifikansi	48
3.9.6. Metode pengujian hipotesis	48
BAB IV Analisis dan Pembahasan	50
4.1. Uji asumsi klasik	50
4.1.1. Uji normalitas	50
4.1.2. Uji multikolinieritas	52
4.2. Statistik deskriptif	53
4.3. <i>Goodness of fit model</i>	54
4.3.1. <i>Goodness of fit model</i> Regresi pertama.....	54
4.3.1.1. Uji statistik t.....	54
4.3.1.2. Uji statistik F.....	56
4.3.1.3. Uji koefisien determinasi (R^2)	58
4.3.2. <i>Goodness of fit model</i> Regresi kedua	59

4.3.2.1. Uji statistik t.....	59
4.3.2.2. Uji statistik F.....	61
4.3.2.3. Uji koefisien determinasi (R^2)	63
4.3.3. <i>Goodness of fit model</i> Regresi ketiga	63
4.3.3.1. Uji statistik t.....	64
4.3.3.2. Uji koefisien determinasi (R^2)	65
4.3.4. <i>Goodness of fit model</i> Regresi keempat.....	65
4.3.4.1. Uji statistik t.....	66
4.3.4.2. Uji koefisien determinasi (R^2)	67
4.3.5. <i>Goodness of fit model</i> Regresi kelima	67
4.3.5.1. Uji statistik t.....	68
4.3.5.2. Uji koefisien determinasi (R^2)	69
4.4. Hasil pengujian hipotesis	70
4.4.1. Hipotesis pertama.....	70
4.4.2. Hipotesis kedua	71
4.4.3. Hipotesis ketiga	72
4.4.4. Hipotesis keempat	74
4.4.5. Hipotesis lima	75
4.4.6. Hipotesis keenam	76
4.4.7. Hipotesis ketujuh	77
4.4.8. Hipotesis kedepelan	78
4.5. Pembahasan hasil pengujian hipotesis.....	79
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Implikasi manajemen	87



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Persepsi Pelanggan terhadap Aspek Kualitas Jasa pada Pembelian Tiket Pesawat AirAsia secara Terhubung

MUHAMMAD SADDAM S, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

5.3. Keterbatasan penelitian	87
5.4. Arahan penelitian mendatang	88
Daftar pustaka.....	89
Lampiran	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.	16
Gambar 3.1Peta lokasi Pulau Jawa.	29
Gambar 3.2 Maskapai Penebangan AirAsia.	33
Gambar 3.3 Tiket Terhubung AirAsia.	33
Gambar 4.1 Hasil Penelitian Uji Hipotesis.	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Identitas Responden.....	30
Tabel 3.2 KMO and Bartkett's Test.....	38
Tabel 3.3 Hasil uji validitas	39
Tabel 3.4 Hasil Uji reliabilitas.....	41
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.4 Hasil deskriptif statistik.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik t Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kualitas layanan secara keseluruhan	55
Tabel 4.6 Hasil uji Statistik F Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kualitas layanan secara keseluruhan	57
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi (R^2) Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kualitas layanan secara keseluruhan	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik t Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kepuasan Pelanggan ...	60
Tabel 4.9 Hasil uji Statistik F Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kepuasan Pelanggan ...	62
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Determinasi (R^2) Desain situs <i>web</i> , kehandalan, Ketanggapan, Kepercayaan, dan Personalisasi pada Kepuasan Pelanggan.....	63

Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik t Kualitas Layanan secara Keseluruhan pada Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)Kualitas Layanan secara Keseluruhan pada Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik t Kualitas Layanan secara Keseluruhan pada Niat Pembelian Pelanggan	66
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)Kualitas Layanan secara Keseluruhan pada Niat Pembelian Pelanggan	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik t Kepuasan Pelanggan pada Niat Pembelian Pelanggan.....	68
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)kepuasan Pelanggan pada Niat Pembelian Pelanggan.....	69
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	79