

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan Tesis	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Abstract	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	
Daftar Grafik	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Outline Tesis	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	15
2.1.1 Kualitas Layanan	15
2.1.2 <i>Perceived Price</i>	17
2.1.3 Penanganan Pelanggan (<i>Customer Handling</i>)	19
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	27
2.1.5 Minat Beli Ulang	28
2.2 Penelitian Rujukan	30
2.2.1 Peneltian Mengenai Minat Beli Ulang	30

2.2.2	Peneltian Mengenai <i>Perceived Quality</i> , Kepuasan Pelanggan dan Hubungan Loyalitas Pelanggan	32
2.2.3	Peneltian Mengenai Hubungan Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli	33
2.2.4	Peneltian Mengenai <i>Perceived Price</i> , Kualitas Layanan, Hubungan Loyalitas Pelanggan	34
2.2.4	Peneltian Mengenai <i>Perceived Price</i> , Kualitas Layanan, Hubungan Loyalitas Pelanggan	34
2.3	Pengaruh Antar Variabel	35
2.3.1	Kualitas Layanan – Kepuasan Pelanggan	35
2.3.2	<i>Perceived Price</i> – Kepuasan Pelanggan	35
2.3.3	Penanganan Pelanggan (<i>Customer Handling</i>) – Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3.4	Kepuasan Pelanggan – Minat Beli Ulang.....	38
2.4	Definisi Operasional, Kebijakan Perusahaan dan Indikator Variabel Penelitian	39
2.5	Pengembangan Model Penelitian	49
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Populasi dan Sampel	50
3.2	Sumber Data	51
3.3	Metode Pengumpulan Data	51
3.4	Analisis Data	52
 BAB IV ANALISIS DATA		
4.1	Pendahuluan	61
4.2	Analisis Deskriptif	62
4.3	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	70
4.4	Pengujian Hipotesis	85
4.5	Analisis Pengaruh	86
4.6	Kesimpulan Bab	88