

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Kualitas Produk	14
2.1.2. Kualitas Layanan.....	16
2.1.3. Persepsi Harga	17
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.5. Minat Beli Ulang	20
2.2. Hubungan Antar Variabel dan Penelitian Terdahulu	22
2.2.1. Hubungan Antar Variabel.....	22
2.2.1.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.1.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.2.1.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.2.1.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	27
2.2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1. Variabel Penelitian	32
3.1.1.1. Variabel Independen.....	32
3.1.1.2. Variabel Intervening	32
3.1.1.3. Variabel Dependen	33
3.1.2. Definisi Operasional Variabel	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1. Populasi	35
3.2.2. Sampel.....	35
3.3. Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1. Data primer.....	37

3.3.2. Data Sekunder	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.4.1. Studi Literatur.....	38
3.4.2. Kuesioner.....	38
3.5. Metode Analisis Data	39
3.5.1. Uji Validitas.....	40
3.5.2. Uji Reabilitas	40
3.5.3. Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Umum PT. JNE Indonesia.....	47
4.1.2. Gambaran Umum Responden	51
4.2. Hasil Uji Instrumen	53
4.3. Hasil Analisis.....	56
4.3.1. Analisis Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1).....	57
4.3.2. Analisis Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X2)	58
4.3.3. Analisis Jawaban Variabel Persepsi Harga (X3)	60
4.3.4. Analisis Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	62
4.3.5. Analisis Jawaban Variabel Minat Beli Ulang (Y2).....	63
4.4. Hasil Analisis SEM	65
4.4.1. Confirmatory Factor Analysis (CFA)	65
4.4.1.1. Konstruk Kualitas Produk	65
4.4.1.2. Konstruk Kualitas Layanan	66
4.4.1.3. Konstruk Persepsi Harga	68
4.4.1.4. Konstruk Kepuasan Pelanggan.....	69
4.4.1.5. Konstruk Minat Beli Ulang	71
4.4.1.6. Konstruk Eksogen	72
4.4.1.7. Konstruk Endogen.....	74
4.4.2. Analisis Full Model SEM.....	75
4.4.2.1. Asumsi SEM	75
4.4.2.2. Pengujian Menggunakan Model Dasar	85
4.4.2.3. Uji Hipotesis.....	86
4.5. Pembahasan.....	89
4.5.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
4.5.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
4.5.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	90
4.5.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	91
4.5.5. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Nilai Total	91
BAB V PENUTUP.....	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Implikasi Teoritis.....	97
5.3. Implikasi Manajerial.....	98
5.4. Keterbatasan Penelitian	101
5.5. Saran Penelitian Mendatang.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian.....	106

LAMPIRAN B Tabulasi Jawaban Responden.....	115
LAMPIRAN C Output AMOS.....	121

