

DAFTAR ISI

ix

2.3.3	Kualitas Layanan Inti dengan Minat	
	Mereferensikan.....	19
2.3.4	Kualitas Layanan Periferal dengan Minat	
	Mereferensikan.....	20
2.3.5	Kepercayaan dan Minat Mereferensikan	20
2.4	Model Penelitian Empiris	21
2.5	Dimensionalisasi Variabel	23
2.5.1	Dimensionalisasi Variabel Kualitas Layanan Inti.. ..	23
2.5.2	Dimensionalisasi Variabel Kualitas Layanan Periferal	24
2.5.3	Dimensionalisasi Variabel Kepercayaan.....	24
2.5.4	Dimensionalisasi Variabel Minat Mereferensikan.....	26
2.6	Uji <i>Logical Connection</i>	27
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2	Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1	Data Primer.....	32
3.2.2	Data Sekunder.....	33
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Definisi Operasional Variabel	34
3.5.1	Kualitas Layanan Inti.....	34
3.5.2	Kualitas Layanan Periferal	35
3.5.3	Kepercayaan	35
3.5.4	Minat Mereferensikan.....	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1	Gambaran Umum Produk	45
4.2	Deskripsi Persepsi Responden	46

4.2.1	Variabel Kualitas Layanan Inti.....	47
4.2.2	Variabel Kualitas Layanan Periferal.....	50
4.2.3	Variabel Kepercayaan.....	52
4.2.4	Variabel Minat Mereferensikan Merek	53
4.3	Analisis Asumsi Structural Equation Modeling (SEM) ...	55
4.3.1	Uji Normalitas Data.....	56
4.3.2	Evaluasi Outlier	57
4.3.3	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas.....	59
4.4	Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	59
4.4.1	Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	59
4.4.2	Menyusun Diagram Alur	60
4.4.3	Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan	60
4.4.4	Memilih Matrik Input dan Teknik Estimasi	60
4.4.5	Analisis Faktor Konfirmatori.....	61
4.4.6	Analisis Model Persamaan Struktural	67
4.4.7	Analisis Pengaruh	74
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1	Kesimpulan Hipotesis	79
5.1.1	Pengaruh Kualitas Layanan Inti terhadap Kepercayaan.....	79
5.1.2	Pengaruh Kualitas Layanan Periferal terhadap Kepercayaan.....	80
5.1.3	Pengaruh Kualitas Layanan Inti terhadap Minat Mereferensikan.....	80
5.1.4	Pengaruh Kualitas Layanan Periferal terhadap Minat Mereferensikan.....	80
5.1.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Mereferensikan	80
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	81
5.3	Implikasi Teoritis	83

5.4	Implikasi Manajerial	84
5.5	Keterbatasan Penelitian	87
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	88

REFERENSI

LAMPIRAN

