

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 TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 Kualitas Layanan.....	11
2.1.3 Persepsi Harga.....	16
2.1.4 Minat Beli Ulang.....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	33
2.3.3 Pengaruh Minat Beli Ulang Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	35
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	36
2.5 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data Sekunder	43

3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1	Uji Instrumen	45
3.5.2	Analisis SEM	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Umum Perusahaan	53
4.2	Deskripsi Umum Wilayah Penelitian	55
4.3	Deskripsi Umum Responden	57
4.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.3.2	Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3.3	Responden Berdasarkan Domisili	59
4.3.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.3.5	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
4.3.6	Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Pribadi	61
4.4	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	62
4.4.2	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Harga	64
4.4.3	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang	66
4.4.4	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	68
4.5	Hasil Analisis Data	70
4.5.1	Hasil Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	70
4.5.2	Hasil Analisis <i>Full Model</i> SEM	81
4.5.3	Hasil Asumsi SEM	84
4.5.4	Hasil Uji Hipotesis	90
4.5.5	Uji <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	94
4.6	Pembahasan	96
4.6.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.6.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	97
4.6.3	Pengaruh Minat Beli Ulang Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.6.4	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	99
4.6.5	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	100
BAB V KESIMPULAN		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Implikasi Penelitian	105
5.2.1	Implikasi Teoretis	105
5.2.2	Implikasi Manajerial	107
5.3	Keterbatasan Penelitian	110
5.4	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN.....		117