

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Praktis.....	8
1.4.2 Teoritis.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Tinjauan Empiris	8
1.5.2 Tinjauan Teoritis.	17
1.5.2.1 Pengertian Jasa.....	17
1.5.2.1.1 Karakteristik dan Klasifikasi Jasa.....	17
1.5.2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	18
1.5.2.2.1 Pengertian Merek.....	21

1.5.2.2.2 Citra Merek	24
1.5.2.2.3 Faktor-Faktor yang Membentuk Citra Merek.....	26
1.5.2.2.4 Indikator Citra Merek.....	27
1.5.2.3.1 Kepuasan Pelanggan	27
1.5.2.3.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
1.5.2.3.3 Komponen Kepuasan Pelanggan.....	30
1.5.2.3.4 Elemen Kepuasan Pelanggan	31
1.5.2.3.5 Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan	32
1.5.2.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	33
1.5.2.3.7 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	34
1.5.2.3.8 Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan.....	36
1.5.2.4.1 Kepercayaan Pelangga	36
1.5.2.4.2 Teori Trust-Commitment	37
1.5.2.4.3 Manfaat Kepercayaan Pelanggan	38
1.5.2.4.4 Dimensi yang Membentuk Kepercayaan Pelanggan.....	38
1.5.2.4.5 Keterkaitan Sikap dan Kepercayaan	39
1.5.2.4.6 Indikator-Indikator Kepercayaan Pelanggan.....	40
1.5.3 Konsep yang Menghubungkan Antar Variabel.....	41
1.5.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	41
1.5.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan	42
1.5.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Pelanggan	43
1.6 Kerangka Pemikiran	44
1.7 Hipotesis.....	45
1.8 Metode Penelitian.....	46
1.8.1 Tipe Penelitian.....	46

1.8.2 Lokasi Penelitian	46
1.8.3 Sumber Data.....	46
1.8.4 Ruang Lingkup.....	47
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	47
1.8.6 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	48
1.8.6.1 Populasi.....	48
1.8.6.2 Sampel.....	48
1.8.6.3 Teknik Sampling.....	48
1.8.7 Definisi Konsep dan Defenisi Operasional	49
1.8.7.1 Defenisi Konsep.....	49
1.8.7.2 Defenisi Operasional.....	50
1.8.8 Uji Validitas dan Reabilitas	55
1.8.8.1 Uji Validitas.....	55
1.8.8.2 Uji Reabilitas	56
1.8.9 Teknik Analisis Data	57
1.8.9.1 Analisis Deskriptif	57
1.8.9.2 Analisis Inferensial	57
1.8.10 Uji Asumsi Klasik	58
1.8.10.1 Uji Normalitas.....	58
1.8.10.2 Uji Heterokedastisitas	58
1.8.10.3 Uji Multikolonieritas.....	59
1.8.11 Analisis Jalur (<i>Path</i>).....	59
1.8.12 Uji Hipotesis.....	60
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	61
2.1 Sejarah Perusahaan.....	61

2.2 Struktur Organisasi.....	65
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	67
3.1 Karakteristik Responden	66
3.1.1 Jenis Kelamin	66
3.1.2 Usia Responden.....	67
3.1.3 Pengeluaran Perbulan Responden	68
3.1.4 Tingkat Pendidikan Responden.....	69
3.1.5 Pekerjaan Responden	70
3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.2.1 Uji Validitas	71
3.2.2 Uji Reliabilitas.....	72
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	74
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	75
3.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	83
3.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan	91
3.4 Analisis Inferensial.....	103
3.5 Uji Asumsi Klasik	103
3.5.1 Uji Normalitas	104
3.5.2 Uji Heteroskedastisitas	104
3.5.3 Uji Multikolinieritas.....	106
3.6 Analisis Jalur (<i>Path</i>) dan Uji t.....	106
3.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	107
3.6.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan	108
3.6.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Pelanggan	110
3.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	115

3.7.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	113
3.7.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan .	115
3.7.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Pelanggan	116
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
4.1 Kesimpulan.....	118
4.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	
PERIHAL LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
1.1	Daftar Peringkat Kecelakaan PO Tahun 2011.....	3
1.2	Jumlah Korban Sbus Sumber Selamat 2013-2016.....	4
1.3	Jumlah Pelanggan Bus Sumber Selamat Tahun 2016.....	5
1.4	Penelitian Terdahulu.....	13
1.5	Skala Likert.....	47
1.6	Defenisi Penelitian Operasional Variabel, Indikator dan Item.....	57
3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	69
3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
3.6	Hasil Uji Validitas.....	72
3.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
3.8	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 1.	76
3.9	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 2.	77
3.10	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 3.	78
3.11	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 4.	79
3.12	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 5.	80
3.13	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 6.	81

3.14	Analisis Statistik Descriptif Variabel Citra MerekItem Pernyataan 7.	82
3.15	Ringkasan Rata-rata Jawaban Item Pernyataan Citra Merek.....	83
3.16	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 1.....	84
3.17	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 2.....	85
3.18	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 3.....	86
3.19	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 4.....	87
3.20	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 5.....	88
3.21	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 6.....	89
3.22	Analisis Statistik Descriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Item 7.....	90
3.23	Hasil Rata-rata Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan.....	91
3.24	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 1.....	92
3.25	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 2.....	93
3.26	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 3.....	94
3.27	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 4.....	95
3.28	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 5.....	96
3.29	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 6.....	97
3.30	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 7.....	98
3.31	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 8.....	99
3.32	Analisis Statistik Descriptif Kepercayaan Pelanggan Item 9.....	100
3.33	Hasil Rata-rata Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	101
3.34	One Sample Kolomogrov Smirnov.....	103

3.35	Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser.....	104
3.36	Uji Multikolinieritas.....	105
3.37	Uji Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	106
3.38	Uji Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	108
3.39	Uji Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	109

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Hal
1.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	30
1.2	Model Kerangka Pemikiran.....	44
1.3	Model Hipotesis.....	45
1.4	Model Jalur (<i>Path</i>).....	60
2.1	Gambar Bus Sumber Selamat.....	64
2.2	Gambar Bus Sumber Selamat.....	64
2.3	Gambar Bus Sumber Selamat.....	64
2.4	Gambar Bus Sumber Selamat.....	65
2.5	Struktur Organisasi.....	65
3.1	Uji Heteroskedastisitas.....	104
3.2	Model Analisis Jalur/ <i>Path</i>	111