

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1.LATAR BELAKANG.....	1
1.2.RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3.TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4.MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.5.LANDASAN TEORI.....	11
1.5.1.Tinjauan Empiris.....	11
1.5.2.Tinjauan Teoritis.....	18
1.5.3.Konsep, Teori dan Penelitian yang Menghubungkan Antar Variabel.....	33
1.6.KERANGKA PEMIKIRAN.....	41
1.7.DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	45
1.7.1.Definisi Konsep.....	45
1.7.2.Definisi Operasional.....	45
1.8.HIPOTESIS.....	50
1.9.METODOLOGI PENELITIAN.....	52
1.9.1.Tipe Penelitian.....	52

1.9.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	52
1.9.3. Lokasi Penelitian.....	52
1.9.4. Sumber Data.....	52
1.9.5. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1.9.6. Populasi dan Sampel.....	53
1.9.7. Teknik sampling.....	54
1.9.8. Uji Validitas dan Uji Realibitas.....	55
1.9.9. Teknik Analisis Data.....	57
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	61
2.1. SEJARAH PERKEMBANGAN.....	61
2.2. LOGO PERUSAHAAN.....	63
2.3. VISI DAN MISI PT. LION GROUP.....	63
2.5. RUTE BATIK AIR.....	64
2.6. KANTOR PUSAT.....	65
2.7. FASILITAS LAINNYA.....	65
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
3.1. KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	73
3.1.1. Jenis Kelamin.....	74
3.1.2. Usia Responden.....	74
3.1.3. Pendidikan Responden.....	76
3.1.4. Pekerjaan Responden.....	76
3.1.5. Pengeluaran Perbulan Responden.....	77
3.2. UJI INSTRUMEN DAN DATA PENELITIAN.....	79
3.2.1. Uji Validitas.....	79
3.2.2. Uji Reliabilitas.....	81
3.3. ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN.....	83
3.3.1. Variabel <i>Word Of Mouth</i>	83
3.3.2. Variabel Persepsi Harga.....	92

3.3.3. Variabel Minat Beli.....	99
3.3.4. Variabel Keputusan Pembelian.....	106
3.4. ANALISIS KUANTITATIF VARIABEL PENELITIAN.....	114
1. Uji Kelayakan Model-Goodness Of Fit-Indeks	114
2. Evaluasi Normalitas Data.....	115
3. Evaluasi Multivariate Outlier.....	117
4. Uji Hipotesis	118
3.5. PEMBAHASAN.....	123
1. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli <i>Customer</i> Batik Air.....	123
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli <i>Customer</i> Batik Air.....	125
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Customer</i> Batik Air.....	127
4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Customer</i> Batik Air.....	128
5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian <i>Customer</i> Batik Air.....	130
6. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli <i>Customer</i> Batik Air	132
7. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli <i>Customer</i> Batik Air	133
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	135
A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN.....	145