

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Hubungan Antar Variabel.....	48
D. Kerangka Konseptual.....	54
E. Hipotesis Penelitian.....	55

BAB III. METODE PENELITIAN.....	55
A. Rancangan Penelitian.....	55
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian.....	55
C. Populasi.....	55
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	56
E. Jenis Data Penelitian.....	57
F. Prosedur Pengambilan Data.....	59
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	60
H. Definisi Operasional Variabel.....	61
I. Uji Instrumen.....	65
J. Teknik Analisis Data.....	72
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Hasil Penelitian.....	77
B. Pembahasan.....	96
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Rating Pusat Perbelanjaan Menurut To Brand Award.....	2
Tabel 2.1 Karakteristik Jasa dan Implikasinya.....	14
Tabel 2.2. Strategi Permintaan Primer (<i>Primary Deman Strategies</i>).....	25
Tabel 2.3. Staregi Permintaan Selektif.....	25
Tabel 2.4. Penelitian Terdahulu (Jurnal Utama).....	39
Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	40
Tabel 2.6. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	41
Tabel 2.7. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	42
Tabel 2.8. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	43
Tabel 2.9. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	44
Tabel 2.10. Penelitian Terdahulu (Jurnal Pendukung).....	45
Tabel 2.11. Penelitian Sekarang.....	46
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Produk (<i>Product</i>).....	66
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Harga (<i>Price</i>).....	67
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Promosi (<i>Promotion</i>).....	67
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Tempat/Lokasi (<i>Place</i>).....	68
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Karyawan (<i>People</i>).....	69
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	69
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Proses (<i>Process</i>).....	70
Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	71
Tabel 3.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	72

Tabel 4.1. Analisis Statistik Deskriptif Usia (%).....	77
Tabel 4.2. Analisis Statistik Deskriptif Pekerjaan (%).....	78
Tabel 4.3. Analisis Statistik Deskriptif Penghasilan/Uang Saku (%).....	78
Table 4.4 Analisis Statistik Deskriptif Intensitas Pembelian (%).....	79
Table 4.5 Analisis Statistik Deskriptif Pembelian Online (%).....	79
Tabel 4.6. Persepsi Responden Terhadap Variabel Produk.....	81
Tabel 4.7. Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga.....	82
Tabel 4.8. Persepsi Responden Terhadap Variabel Promosi.....	83
Tabel 4.9. Persepsi Responden Terhadap Variabel Tempat/Lokasi.....	84
Tabel 4.10. Persepsi Responden Terhadap Variabel Karyawan.....	85
Tabel 4.11. Persepsi Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik.....	86
Tabel 4.12. Persepsi Responden Terhadap Variabel Proses.....	87
Tabel 4.13. Persepsi Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.14. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Implikasi <i>Intangibilitas</i> Jasa Menurut Fandy Tjiptono (2014).....	14
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	113
Lampiran 2. Rekapitulasi Data 30 Responden.....	119
Lampiran 3. Rekapitulasi Data 100 Responden.....	121
Lampiran 4. Rekapitulasi Data 100 Responden (Variabel).....	125
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	149
Lampiran 6. Analisis Kuantitatif.....	159
Lampiran 7. Analisis Deskriptif.....	161