

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT.....	vi
INTISASRI .....	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I        PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II        TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Word of Mouth .....	10
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.3 Kepercayaan .....	18
2.1.4 Nilai Pelanggan.....	23
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	35
2.2.1 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan .....	29

	2.2.2 Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan ...	30
	2.2.3 Pengaruh kepercayaan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	31
	2.2.4 Pengaruh nilai pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	32
	2.2.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> ...	34
	2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
	3.1 Jenis Penelitian .....	36
	3.2 Populasi dan Sampel.....	36
	3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	38
	3.3.1 Variabel Penelitian Operasional .....	38
	3.3.2 Definisi Operasional.....	39
	3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	40
	3.5 Metode Pengumpulan Data .....	40
	3.6 Metode Analisis Data .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
	4.1 Gambaran Umum Responden.....	50
	4.1.1 Identitas Responden .....	50
	4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	52
	4.2.1 Kepercayaan.....	53
	4.2.2 Nilai Pelanggan.....	55
	4.2.3 Kepuasan Pelanggan .....	57
	4.2.4 Word of Mouth .....	58
	4.3 Uji Kualitas Data .....	60
	4.3.1 Uji Validitas .....	60
	4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
	4.4 Uji Asumsi Klasik .....	61

4.5 Analisis Regresi Berganda .....	64
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda Model 1 .....	64
4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda Model 2 .....	65
4.6 <i>Uji Goodness of Fit</i> Suatu Model .....	67
4.6.1 Koefisien Determinasi .....	67
4.6.2 Uji F .....	67
4.6.3 Uji t .....	68
4.7 Analisis Path .....	70
4.8 Pembahasan .....	73
BAB V      PENUTUP .....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Implikasi Manajerial .....	81
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	83
5.4 Agenda Penelitian yang Akan Datang .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Research Gap .....	5
3.1 Definisi operasional variabel.....	39
4.1 Identitas Responden.....	50
4.2 Analisis Angka Indeks Tentang Variabel Kepercayaan .....	53
4.3 Analisis Angka Indeks Tentang Variabel Nilai Pelanggan .....	55
4.4 Analisis Angka Indeks Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
4.5 Analisis Angka Indeks Tentang Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	58
4.6 Hasil Perhitungan Validitas Indikator .....	60
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.8 Uji Multikolinearitas (VIF-Tolerance) Model 1 .....	62
4.9 Uji Multikolinearitas (VIF-Tolerance) Model 2.....	62
4.10 Uji Glejser Model 1 .....	63
4.11 Uji Glejser Model 2 .....	63
4.12 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov Model 1 .....	64
4.13 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov Model 2 .....	64
4.14 Hasil Analisis Regresi Model 1 .....	65
4.15 Hasil Analisis Regresi Model 2 .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
3.1. Model Path Analisis .....	48
4.1. Diagram Path.....	70