

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSTUJUAN PUBLIKASI KARYA SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
INTISARI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Core service quality	9
2.1.2 Peripheral service quality.....	11
2.1.3 Perceived Value	12
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.5 Minat Beli Ulang	15
2.2. Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Pengaruh Core Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.2 Pengaruh Peripheral Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.3 Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat berkunjung kembali ..	19

2.2.5 Pengaruh Core Service Quality Terhadap Minat Berkunjung Kembali	20
2.2.6 Pengaruh Peripheral Service Quality terhadap Niat berkunjung kembali.	
.....	21
2.2.7 Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat berkunjung kembali.	22
2.3. Model Empirik	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Sumber Data	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Definisi Oprasional Variabel dan Indikator	28
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Uji Kualitas Data	30
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	32
3.6.4 Uji Hipotesis	33
3.6.5 Uji Sobel	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Karakteristik Responden	37
4.1.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	37
4.1.2. Karakteristik Responden Menurut Umur	38
4.1.3. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Menginap	39
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Core Service Quality</i>	41
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Peripheral Service Quality	42
4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perceived Value	44
4.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	45
4.2.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menginap Kembali	46
4.3. Analisis Data	47
4.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.2.1 Uji Normalitas	50

4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.3.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.3.4 Uji t	61
4.3.5 Uji Sobel	65
4.4. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran	81
5.3.Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4. Agenda Penelitian mendatang.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Menginap	39
Tabel 4.4. Analisis Deskripsi	40
Tabel 4.5 Jawaban Variabel Core Service Quality	41
Tabel 4.6 Jawaban Variabel Peripheral Service Quality	43
Tabel 4.7 Jawaban Variabel Perceived Value	44
Tabel 4.8 Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4.9 Jawaban Variabel Minat Menginap Kembali	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Model 1	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Model 2	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2	54
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda Model 1	56
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Berganda Model 2	57
Tabel 4.18 Hasil Uji F Model 1	59
Tabel 4.19 Hasil Uji F Model 2	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2	61
Tabel 4.22. Hasil Uji t Model 1	62
Tabel 4.23. Hasil Uji t Model 2	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	23
Gambar 4.1. Normal Probability Plot Model 1	51
Gambar 4.2. Normal Probability Plot Model 2	51
Gambar 4.3. Hasil Scatter Plot Model 1	55
Gambar 4.4. Hasil Scatter Plot Model 2	55

