

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Minat Beli Ulang.....	6
2.2 Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut .....	8
2.3 Kepuasan Konsumen .....	10
2.4 Kualitas Layanan Jasa .....	12

2.5	Model Empirik.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....		16
3.1	Jenis Penelitian .....	16
3.2	Populasi dan Sampel.....	16
3.2.1	Populasi .....	16
3.2.2	Sampel .....	17
3.3	Sumber dan Jenis Data .....	18
3.3.1	Data Primer.....	18
3.3.2	Data Sekunder .....	19
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5	Variabel dan Indikator.....	20
3.6	Uji Instrument Penelitian.....	22
3.6.1	Uji Validitas.....	22
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	22
3.7	Teknik Analisis.....	23
3.7.1	Analisis Kualitatif.....	23
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	23
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.7.4	Uji t.....	24
3.7.5	Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	25
3.7.6	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	25
3.7.7	Uji Sobel.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		27
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	30
4.2.1	Kualitas Layanan Jasa .....	31
4.2.2	Kepuasan Konsumen .....	32
4.2.3	Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut .....	33
4.2.4	Minat Beli Ulang .....	34

4.3	Uji Instrument.....	35
4.3.1	Uji Validitas.....	35
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	37
4.4	Hasil Analisis Data.....	38
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.4.2	Uji t.....	40
4.4.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
4.4.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	41
4.4.2.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	41
4.4.2.4	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	42
4.4.2.5	Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Minat Beli Ulang.....	42
4.4.3	Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.4.4	Analisis jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	44
4.4.4.1	Uji Sobel.....	45
4.4.4.2	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	46
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
4.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	48
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	49
4.5.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	50
4.5.4	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	50
4.5.5	Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Minat Beli Ulang.....	51
4.5.6	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	52
4.5.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen Melalui Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Minat Beli Ulang.....	53
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	57
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	58

5.4 Agenda Penelitian Mendatang..... 59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pencapaian Layanan <i>General Repair</i> Tahun 2017 dan 2018.....	3
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen <i>General Repair</i> Tahun 2018.....	17
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator.....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	29
Tabel 4.5 Skala Data Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.6 Frekuensi Data Variabel Kualitas Layanan Jasa.....	31
Tabel 4.7 Frekuensi Data Variabel Kepuasan Konsumen.....	32
Tabel 4.8 Frekuensi Data Variabel Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut.....	33
Tabel 4.9 Frekuensi Data Variabel Minat Beli Ulang.....	34
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.12 Hasil Analisis Data.....	38