

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Komunikasi Word of Mouth.....	11
2.1.3 Kepercayaan	15
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2 Pengaruh Antar Variabel	28
2.2.1 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap kepercayaan	28
2.2.2 Pengaruh Komunikasi Word of Mouth Terhadap Kepercayaan	29
2.2.3 Pengaruh Kualiatas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan ..	31
2.2.4 Pengaruh Komunikasi Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.3 kerangka Pemikiran Teoritis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Populasi	36
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan data	37
3.3.1 Sumber dan Jenis Data	37
3.3.2 Prosedur Pengumpulan data	38
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi operasional variabel	38
3.4.1 Variabel Penelitian	38
3.4.2 Definisi Operasional variabel	39
3.5 Metode Analisis	40

3.5.1 Analisis Kualitatif.....	40
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	41
a. Uji instrumen	41
1) Uji Validitas	41
2) Uji Reliabilitas	42
b. Uji Asumsi Klasik.....	42
1) Normalitas.....	42
2) Uji Multikolinearitas.....	43
3) Heteroskedastisitas.....	43
c. Path Analisis.....	44
d. pengujian Hipotesis	45
e. Koefisien Determinasi.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek penelitian.....	47
4.1.1 karakteristik Responden	47
a. jenis kelamin Responden.....	47
b. Umur responden	48
c. Tingkat Pendidikan Responden.....	48
d. Pekerjaan.....	49
4.1.2 Uji instrumen	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	52
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	52

a. Variabel Kualitas Pelayanan	54
b. variabel Komunikasi Word if Mouth	54
c.Kepercayaan	55
d. Kepuasan Pelanggan	57
4.2 Analisis Kuantitatif	58
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	58
a.Uji Normalitas	58
b.Uji Multikolinearitas	59
c.Heroskedastisitas	60
4.2.2 Metode Path Analysis	61
a. Hasil Persamaan Regresi	62
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	63
1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan.....	63
2) Pengaruh Komunikasi Word of Mouth terhadap Kepercayaan	64
3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4) Pengaruh Komunikasi Word of Mouth terhadap kepuasan Pelanggan	65
5) Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan pelanggan	65
6) Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	66
a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepercayaan	67
b.Pengaruh komunikasi Word of Mouth terhadap Kepuasan pelanggann melalui kepercayaan.....	68

2.2.4 Koefisien determinasi.....	68
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan	70
4.3.2 Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth terhadap Kepercayaan	71
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan	72
4.3.4 Pengaruh Komunikasi Word of Mouth terhadap Kepuasan Pelanggan	74
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan pelanggan.....	75
4.3.6 Pengaruh langsung dan Tidak Langsung	76
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.4 Agenda Penelitian mendatang.....	79
Daftar Pustaka	80
Lampiran	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra Survey terhadap Tingkat keluhan responden Bengkel Mobil CARfix Semarang.....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39

Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.3	Tingkat pendidikan responden	49
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.5	Indikator Variabel Penelitian	51
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel.....	52
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang kualitas pelayanan	54
Tabel 4.8	Rentang Skala Variabel Komunikasi word of mouth	55
Tabel 4.9	Rentang Skala Variabel Kepercayaan	56
Tabel 4.10	Tanggapan Responden tentang Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4.11	Uji Normalitas Data	58
Tabel 4.12	Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.13	Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.14	Hasil Persamaan regresi Tahap 1	61
Tabel 4.15	Hasil Persamaan Regresi Tahap 2.....	62
Tabel 4.16	Pengaruh langsung dan Tidak Langsung	67
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi tahap 1	69
Tabel 4.18	Uji Koefisien Tahap 2	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi brand loyalty	19
Gambar 2.2 Model Empirik	35
Gambar 4.1 Analisis Jalur variabel	66