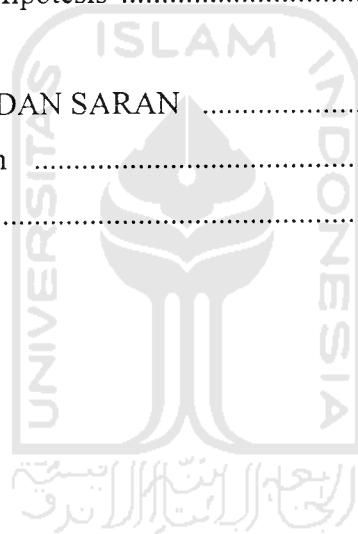


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6
B. Perilaku Konsumen	13
C. <i>Word-of-Mouth Communication</i>	17
D. <i>Purchase Intention</i>	20
E. <i>Price Sensitivity</i>	21
F. <i>Service Quality</i> (Kualitas Jasa)	22
G. Pengaruh <i>Service Qaulity</i> terhadap Minat Berperilaku ..	24
H. Hipotesis	24
BAB III. METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26

	Halaman
B. Populasi dan Sampel	26
C. Variabel Penelitian	27
D. Pengukuran Variabel	28
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	29
F. Metode Analisis Data	31
BAB IV. ANALISIS DATA	35
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
B. Deskripsi Jawaban Responden	45
C. Pengujian Hipotesis	53
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Tangibles</i>	37
Tabel 4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Reliability</i>	38
Tabel 4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Responsiveness</i> .	39
Tabel 4.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Assurance</i>	40
Tabel 4.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Empathy</i>	41
Tabel 4.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>WOM</i>	42
Tabel 4.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Purchase Intentions</i>	43
Tabel 4.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Price Sensitivity</i>	44
Tabel 4.9.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Tangibles</i>	46
Tabel 4.10.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Reliability</i>	47
Tabel 4.11.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Responsiveness</i>	48
Tabel 4.12.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Assurance</i>	49
Tabel 4.13.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Emphaty</i>	50
Tabel 4.14.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Worth of Mouth Communication</i>	51
Tabel 4.15.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Purchase Intention</i>	52
Tabel 4.16.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Price Sensitivity</i>	53
Tabel 4.17.	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Hasil Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.18.	Nilai VIF Masing-masing Variabel Bebas	55
Tabel 4.19.	Nilai Nilai Korelasi Rank Spearman	56