

DAFTAR ISI

COVER..... i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii

PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....iv

ABSTRAK v

MOTTO vii

PERSEMBAHAN.....viii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x

KATA PENGANTAR xi

DAFTAR ISI.....xiii

DAFTAR GAMBAR..... xv

BAB I PENDAHULUAN 1

 A. Latar Belakang Masalah 1

 B. Rumusan Masalah 6

 C. Tujuan Penelitian..... 6

 D. Manfaat Penelitian..... 7

 E. Sistematika Penulisan 8

BAB II LANDASAN TEORI..... 9

 A. Deskripsi Teori 9

 1. Grand Theory 9

 2. Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) 11

 3. Persepsi Kualitas Layanan 12

 4. Kepuasan Pelanggan..... 15

 5. Persepsi Harga 17

 B. Penelitian Terdahulu..... 19

 C. Kerangka Berpikir 26

 D. Hipotesis..... 27

BAB III METODE PENELITIAN..... 33

 A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 33

 B. Setting Penelitian..... 33

 C. Populasi dan Sampel..... 33

 D. Identifikasi Variabel 35

 E. Variabel Operasional 35

 F. Teknik Pengumpulan Data 37

 G. Teknik Analisis Data 38

BAB IV PEMBAHASAN..... 43

 A. Hasil Penelitian..... 43

 1. Gambaran Objek Penelitian 43

 2. Analisis Data 44

 B. Uji Instrumen Penelitian 52

1. Uji Validitas 52

2. Uji Reliabilitas..... 53

3. Uji Statistika Deskriptif 54

C. Uji Hipotesis..... 55

1. Analisis *Goodness of Fit*..... 55

2. Normalitas Data..... 58

3. Analisis Efek Langsung, Efek Tidak Langsung, dan Efek Total 60

D. Pembahasan Hasil Analisis..... 61

1. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang 61

2. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan..... 62

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang 63

4. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Persepsi Harga..... 64

5. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang ... 65

6. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening 67

7. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Persepsi Harga Sebagai Variabel Intervening 67

BAB V PENUTUP 68

A. Simpulan 68

B. Saran..... 69

C. Keterbatasan 70

DAFTAR PUSTAKA lxxi

LAMPIRAN – LAMPIRAN lxxv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Grafik Gerai Mixue..... 5

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 26

Gambar 4. 1 Hasil Pengujian *Structural Equation Modeling (SEM)* . 55

Gambar 4. 2 Hasil Pengujian *Structural Equation Modeling (SEM)* . 56



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 19

Tabel 3. 1 Skala Likert 37

Tabel 3. 2 Tingkat Keandalan *Cronbach's Alpha* 39

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 45

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat 45

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 45

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 47

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi
Pembelian..... 48

Tabel 4. 6 Deskripsi Data Responden Variabel Kualitas Layanan..... 49

Tabel 4. 7 Deskripsi Data Responden Variabel Kepuasan
Pelanggan..... 50

Tabel 4. 8 Deskripsi Data Responden Variabel Persepsi Harga 51

Tabel 4. 9 Deskripsi Data Responden Variabel Minat Beli Ulang..... 52

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen 53

Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Instrumen..... 54

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 54

Tabel 4. 13 Uji Statistik deskriptif..... 57

Tabel 4. 14 Analisis Goodnes Of Fit 58

Tabel 4. 15 Evaluasi Normallitas 59

Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Regression Weights 60

Tabel 4. 17 Analisis Efek Lngsung, Tidak Langsung dan Total 60