

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBARAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa.....	10
2.1.1. Konsep Jasa.....	10
2.1.2. Karakteristik Jasa.....	12

2.1.3. Klasifikasi Jasa.....	13
2.2. Strategi Jasa.....	17
2.3. Kinerja Kualitas Jasa.....	19
2.4. Minat Beli Kembali Konsumen.....	21
2.5. Pengaruh Kualitas Jasa Pada Minat Beli Kembali.....	26
2.6. Model Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	28
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5. Definisi Operasional Dan Skala Pengukuran.....	30
3.6. Uji Validitas.....	33
3.6.1. Hasil Uji Validitas.....	34
3.7. Uji Reliabilitas.....	37
3.7.1. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
3.8. Analisis Regresi.....	39

BAB 1V HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	40
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Perusahaan Internet	
Service Provider.....	42
4.2. Pengujian Hipotesis & Pembahasan.....	43
4.2.1. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	44
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan.....	54
5.2. Implikasi Manajerial.....	58
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	58
5.4. Saran.....	59
5.5. Penelitian Mendatang.....	59

DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
----------------------------	-------------

LAMPIRAN.....	xvi
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2	Hasil KMO and Bartlett's	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Rotated Component Matrix(a).....	36
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.1	Lanjutan Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Perusahaan Internet Service Provider.....	42
Tabel 4.3	Lanjutan Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Perusahaan Internet Service Provider.....	43
Tabel 4.4	Anova.....	45
Tabel 4.5	Coeficients.....	46
Tabel 4.6	Model Summary.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian	26
Gambar 4.1	Model Penelitian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.	KUESIONER.....	xix
LAMPIRAN 2.	Validitas dan Reliabilitas.....	xx
LAMPIRAN 3.	Karakteristik Responden.....	xxi
LAMPIRAN 4.	Regresi.....	xxii
LAMPIRAN 5.	Jurnal Penelitian.....	xxii

INTISARI

Perusahaan harus mempunyai faktor yang kuat dalam meyakinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa mereka, yaitu kualitas jasa. Kualitas jasa mempengaruhi minat beli. Sasaran penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas jasa internet service provider (ISP) pada minat beli kembali konsumen..

Penelitian ini dilakukan di Bandung tepatnya di kampus Universitas Kristen Maranatha dengan menggunakan 132 responden yang pernah membeli dan menyewa produk internet service provider (ISP). Sedangkan karakteristik responden yang digunakan adalah usia, jenis kelamin, dan nama perusahaan ISP yang pernah digunakan. Metode analisis menggunakan adalah metode statistik regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 12.00. Selain itu, instrumen penelitian diadopsi dari Cronin & Taylor (1992) dalam Brady *et al.* (2002).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, simpulan akhir yang dapat diambil adalah kualitas jasa memberikan pengaruh paling besar pada keinginan konsumen untuk membeli produk atau jasa itu kembali. ISP yang termasuk produk low involvement. Pengaruh kualitas jasa internet service provider (ISP) pada minat beli kembali konsumen adalah sebesar 17% - 17.1 %, sedangkan sisanya sebesar 82.9% - 83% dipengaruhi oleh faktor lain selain harga, persepsi konsumen, kepuasan pelanggan dan pelayanan secara keseluruhan.

Kata kunci : harga, persepsi konsumen, kepuasan pelanggan, pelayanan secara keseluruhan, kualitas jasa, minat beli kembali

ABSTRACT

The company must have a strong factor that to convince customers to buy their products or services which is *service quality*. *Service quality* effects *purchase intention*. The target of this research is to test influence of internet service provider (ISP) *service quality* to customer *repurchase intention*.

This research is conducted in Bandung for exact in college of Maranatha Christ University by using 132 sample who have bought and rent internet service provider (ISP) product. Where as sample characteristics are age, gender, and the name of the ISP company that had been used.

The Analysis method using statistical of simple regression with SPSS version 12.00. Beside that, this research instrument is adopted from Cronin & Taylor (1992) in Brady *et al.* (2002).

Based on the hipotesis result, conclude that *service quality* has given the biggest effects to customer needs to repurchase the product or services again. ISP which including low involvement product. The influence of *service quality* to *repurchase intention* are 17% - 17.1%, while the remain 82.9% - 83% influenced by the factor beside the *price, perceived value, customer satisfaction, dan overall service*.

Keywords : price, perceived value, customer satisfaction, overall service, and service quality