

ABSTRACT

The study was conducted to exam and analysis the effect of Perceived Service Quality and Perceived Value on Trust; Satisfaction as a mediation variable. The result prove indirect effect Perceived Service Quality and Perceived Value on Trust; Satisfaction as a mediation variable. Also, result proves direct effect Perceived Value on Trust but didn't have direct effect Perceived Service Quality on trust.

Keywords: Perceived Service Quality, Perceived Value, Trust; Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung *Perceived Service Quality* dan *Perceived Value* pada *Trust: Satisfaction* sebagai variabel Mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung *Perceived Service Quality* dan *Perceived Value* pada *Trust* yang dimediasi oleh *Satisfaction*. Selain itu, hasil menunjukkan adanya pengaruh langsung *Perceived Value* pada *Trust*, namun tidak ada pengaruh langsung *Perceived Service Quality* pada *Trust*.

Kata kunci: *Perceived Service Quality, Perceived Value, Trust, Satisfaction* .

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8

2.1	Definisi Manajemen Marketing Jasa	8
2.1.1	Karakteristik dan Klasifikasi Jasa.....	9
2.2	<i>Service Quality</i>	14
2.3	Devinisi <i>Value</i>	19
2.4	Devinisi Persepsi	20
2.4.1	Persepsi Konsumen.....	21
2.5	<i>Perceived vervice quality & Perceived value</i>	23
2.5.1	<i>Perceived Service Quality</i>	23
2.7.2	<i>Perceived Service Quality</i>	26
2.6	<i>Satisfaction</i>	27
2.7	Faktor kepuasan konsumen.....	29
2.7.1	Mengukur kepuasan konsumen	27
2.8	Definisi Trust	32
2.9	Rerangka Teori	36
2.10	Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN DATA		38
3.1	Desain Riset	38
3.2	Populasi & Sample Penelitian.....	38
3.3	Metode Pengambilan Sampel	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Uji Outlier	43
3.6	Uji Normalitas.....	44
3.7	Uji Heteroskedastisitas.....	46

3.8 Uji Multikolinearitas	48
3.9 Uji Instrumen	49
3.9.1 Uji Validitas.....	49
3.9.2 Uji Reabilitas	55
3.10 Definisi dan Pengukuran Variabel	57
3.11. Tabel Definisi Operasi Variabel	58
3.12 Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Karakteristik Responden.....	69
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan kunjungan.....	70
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan kepemilikan kartu.....	70
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan.....	71
4.2 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	71
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN SERTA KETERBATASAN	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Pemahaman Konsep Dasar Jasa.....	12
Gambar 2 Model Kualitas Jasa	18
Gambar 3 Rerangka Teori.....	36
Gambar 4 Rerangka Pemikiran	72
Gambar 5 Pengembangan Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji Validitas
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji Reliabilitas
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji Regresi
Lampiran 3	Hasil SPSS Uji Regresi
Lampiran 4	Tabel penentu Responden