

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka15	
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4 Jasa.....	19
2.1.4.1 Pengertian Jasa.....	19
2.1.4.2 Jenis - Jenis Jasa.....	21
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.5.1 Pengertian Kualitas.....	22
2.1.5.2 Pengertian Pelayanan.....	23
2.1.5.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24

2.1.5.4 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.5.5 Model Untuk Mengukur Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.6 Merek.....	29
2.1.6.1 Pengertian Merek	29
2.1.6.2 Manfaat Merek.....	30
2.1.7 Citra Merek.....	32
2.1.7.1 Pengertian Citra Merek.....	32
2.1.7.2 Komponen Citra Merek.....	33
2.1.7.3 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	35
2.1.7.4 Dimensi Citra Merek.....	35
2.1.8 Perilaku Konsumen.....	39
2.1.8.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	39
2.1.8.2 Manfaat Perilaku Konsumen.....	40
2.1.8.3 Perilaku Pembelian.....	48
2.1.9 Niat Beli.....	49
2.1.9.1 Pengertian Niat Beli.....	49
2.1.9.2 Pengertian Niat Beli Kembali.....	51
2.1.9.3 Dimensi Niat Beli Kembali.....	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan dan Niat Beli Kembali.....	54
2.2.2 Pengaruh Citra Merek dan Niat Beli Kembali.....	55
2.3 Hipotesis.....	57
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 58
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	58
3.2 Metode Penelitian.....	58

3.3 Operasional Variabel.....	60
3.3.1 Skala Pengukuran.....	63
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	65
3.4.1 Unit Analisis.....	65
3.4.1.1 Populasi.....	66
3.4.1.2 Sampel.....	66
3.4.1.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	67
3.5 Teknik Analisis Data.....	68
3.5.1 Analisis Data Deskriptif.....	68
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	71
3.5.3.1 Asumsi Multikolinearitas.....	71
3.6 Uji Hipotesis.....	73
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	74
3.6.3 Uji F (Uji Model).....	74
3.6.4 Uji t.....	75
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	76
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 78
4.1 Profil PT. Adi Sarana Armada Tbk.....	78
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Adi Sarana Armada Tbk.....	78
4.1.2 Visi dan Misi PT. Adi Sarana Armada Tbk.....	79
4.1.3 Layanan PT. Adi Sarana Armada Tbk.....	79
4.2 Profil Responden PT. Adi Sarana Armada Tbk.....	81
4.3 Analisis Variabel Penelitian.....	85

4.3.1 Analisis Variabel Kualitas Layanan.....	87
4.3.2 Analisis Variabel Citra Merek.....	95
4.3.3 Analisis Variabel Niat Beli Kembali.....	102
4.4 Analisis Hasil Pengujian Penelitian.....	108
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	109
4.4.1.1 Hasil Pengujian Validitas.....	109
4.4.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	111
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	113
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	113
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	114
4.4.3 Uji Regresi Berganda.....	116
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	117
4.4.4.1 Analisis Uji F (Uji Model).....	117
4.4.4.2 Analisis Uji t.....	118
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	119
4.4.5.1 Koefisien Determinasi Simultan.....	119
4.4.5.2 Koefisien Determinasi Parsial.....	120
4.5 Implikasi Manajerial.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Aktif ASSA Rent Bandung Tahun 2014–2016.....	4
Tabel 1.2 Presentase Top Brand Index Merek.....	10
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 3.2 Koefisien Korelasi.....	77
Tabel 4.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan.....	87
Tabel 4.2 Rekapitulasi Tanggapana Responden Mengenai Citra Merek....	96
Tabel 4.3 Rekapitulasi Tanggapana Responden Mengenai Niat Beli Kembali.....	103
Tabel 4.4 Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	109
Tabel 4.5 Validitas Variabel Citra Merek.....	110
Tabel 4.6 Validitas Variabel Niat Beli Kembali.....	111
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	112
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	112
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Niat Beli Kembali.....	113
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Tes</i>	114
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	115
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	116
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji F.....	117
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t.....	118
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Simultan.....	120
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Parsial.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pelanggan Aktif ASSA Rent Bandung Tahun 2014-2016.....	5
Gambar 2.1 Model PZB.....	27
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen.....	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 4.1 Grafik Responen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Gambar 4.2 Grafik Responen Berdasarkan Usia.....	83
Gambar 4.3 Grafik Responen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	84
Gambar 4.4 Grafik Responen Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan.....	85
Gambar 4.5 Grafik Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan.....	94
Gambar 4.6 Grafik Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Merek.....	101
Gambar 4.7 Grafik Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Niat Beli Kembali.....	107