

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	9
2.1.2 <i>Service Quality</i> (Kualitas Jasa)	15
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i> (Minat Beli Ulang)	18
2.1.4 Hubungan <i>Tour Leader Service Quality</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	24
2.1.5 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	36
3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Metode dan Design Penelitian.....	36
3.2.1 Metode Penelitian	36
3.2.2 Design Penelitian	37
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	38
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data/Informasi	40
3.4.1 Sumber Data	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel	43
3.6 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	44
3.6.1 Rancangan Analisis Data.....	44
3.6.2 Validitas dan Realibilitas.....	46
3.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.4 Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum PT. Maziya Rizki Alami.....	55
4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik dan Pengalaman Responden.	58
4.1.3 Gambaran Mengenai <i>Tour Leader Service Quality (X)</i>	63
4.1.5 Gambaran Mengenai <i>Repurchase Intention</i>	71
4.1.6 Hasil Pengujian Statistik.....	79
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.2.1 Gambaran mengenai <i>Tour Leader Service Quality (X)</i> di PT. Maziya Rizki Alami.	86
4.2.2 Gambaran <i>Repurchase Intention (Y)</i> di PT. Maziya Rizki Alami.....	87
4.2.3 Pengaruh variabel <i>Tour Leader Service Quality (X)</i> terhadap <i>Repurchase Intention (Y)</i>	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jama'ah Umrah Indonesia dari tahun 2010–2013	1
Tabel 1.2 Jumlah Jama'ah Umrah Wilayah Kota Bandung	2
Tabel 1.3 Daftar Jumlah Rata-Rata Keberangkatan dan Rata-Rata Jumlah Jama'ah pertahun di Biro Perjalanan Umrah dan Haji yang terdaftar di HIMPUH wilayah Kota Bandung dari tahun 2012-2014	3
Tabel 1.4 Data Tingkat Jumlah Pembelian Ulang Jama'ah Umrah 2012 – 2014	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Populasi Jumlah Jama'ah Umrah yang Membeli Ulang di PT. Maziya Rizki Alami	41
Tabel 3.3 Pola scoring skala <i>Semantic Diferensial Order</i>	45
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden	58
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.4 Penghasilan Per Bulan Responden	60
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berumrah di PT Maziya Rizki Alami	61
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Mengenai Sumber Informasi Tentang PT. MAziya Rizki Alami	62
Tabel 4.7 Rekapitulasi Respon Responden Terhadap <i>Core Service Delivery</i> oleh <i>Tour Leader</i> PT. Maziya Rizki Alami	63
Tabel 4.8 Rekapitulasi Respon Responden Terhadap <i>Customer Orientation</i> oleh <i>Tour Leader</i> PT. Maziya Rizki Alami	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Respon Responden Terhadap <i>Communication Effectiveness</i> oleh <i>Tour Leader</i> PT. Maziya Rizki Alami	66
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Jamaah PT. Maziya Rizki Alami Mengenai <i>Tour Leader Service Quality (X)</i>	67

Rizky Febriansyah, 2014

**PENGARUH TOUR LEADER SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION:
(Survey Pada Jama'ah Umrah di PT. Maziya Rizki Alami)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kecenderungan untuk Kembali Menggunakan Jasa PT. Maziya Rizki Alami	72
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Minat Eksploratif Pencarian Informasi Mengenai Program-Program Umroh di PT. Maziya Rizki Alami	72
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Minat Preferensial	73
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Minat Referensial Konsumen PT. Maziya Rizki Alami kepada Teman dan Kerabat.....	75
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Repurchase Intention</i> di PT. Maziya Rizki Alami(Y).....	76
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Normalitas Data.....	79
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi.....	80
Tabel 4.17 Besar Pengaruh	81
Tabel 4.18 Analisis Korelasi Person	82
Tabel 4.19 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisiensi Korelasi	83
Tabel 4.20 Uji -t	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Tour Leader Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	36
Gambar 2.2 Paradigma Pemikiran	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi pada PT. Maziya Rizki Alami / MAZQ tour	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Administratif
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Validitas dan Realibilitas Variabel X dan Y
- Lampiran 4 Data Ordinal Variabel X dan Y
- Lampiran 5 Data Interval Variabel X dan Y
- Lampiran 6 Output Regresi & Korelasi Variabel X dan Y
- Lampiran 7 Catatan Bimbingan
- Lampiran 8 Riwayat Hidup

Rizky Febriansyah, 2014

**PENGARUH TOUR LEADER SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION:
(Survey Pada Jama'ah Umrah di PT. Maziya Rizki Alami)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu