

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah	7
F. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika Penelitian Skripsi	13
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen	16
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
B. Minat Konsumen	
1. Pengertian Minat	23
2. Indikator Minat Beli	24
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen	25
4. Kualitas jasa dalam mempengaruhi minat konsumen	27

C. Kepuasan Konsumen	
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	40
3. Konsep Kepuasan Konsumen	48
D. Transportasi Ojek	
1. Ojek <i>Offline</i>	51
2. Ojek <i>Online</i>	52
E. Penelitian Tedahulu	55
F. Kerangka Konseptual	60
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	61
B. Lokasi Penelitian	61
C. Kehadiran Peneliti	63
D. Data dan Sumber Data	64
E. Teknik Pengumpulan Data	65
F. Teknik Analisis Data	68
G. Teknik pemeriksaan keabsahan data	71
H. Tahap-Tahap Penelitian	72
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data Penelitian	
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
2. Data Informan	75
3. Paparan Data	77
a. Perilaku konsumen dalam menggunakan layanan jasa ojek <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	77
b. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	92
c. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	109
B. Temuan Penelitian	
1. Perilaku konsumen dalam menggunakan layanan jasa ojek <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	123
2. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	125
3. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	129

BAB V : PEMBAHASAN

A. Perilaku konsumen dalam menggunakan layanan jasa ojek <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	133
B. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	137
C. Analisis Faktor-faktor perbandingan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan ojek <i>online</i> dan ojek <i>offline</i> di Tulungagung	142

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	148
B. Saran	150

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN