

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Penelitian.....	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup Penelitian	15
G. Penegasan Variabel.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	20
B. Keputusan Penggunaan Jasa.....	27
C. Promosi.....	32
D. Pelayananana Pelanggan	38
E. Inovasi Produk Jasa	40
F. Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	43
G. Penelitian Terdahulu	46
H. Kerangka Teori	55
I. Hipotesis Penelitian.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	58

B. Lokasi Penelitian	60
C. Variabel Dan Pengukuran	60
D. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian	62
E. Instrumen Penelitian	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	68
G. Analisis Data	69
H. Tahap Penelitian	75
BAB IV PEMBAHASAN.....	78
A. Deskripsi Data	78
B. Temuan Penelitian	89
BAB V PENUTUP	102
A. Pengaruh Promosi (X1), Pelayanan Pelanggan (X2) Dan Inovasi Produk Jasa (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	102
B. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	103
C. Pengaruh Pelayanan Pelanggan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).....	105
D. Pengaruh Inovasi Produk Jasa (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).....	106
BAB VI PENUTUP	108
A. Simpulan.....	108
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Indikator Variabel	61
Tabel 3.2 Operasional Konsep	65
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi	81
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Pelayanan Pelanggan.....	82
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Inovasi Produk Jasa.....	83
Tabel 4.6 Tanggapan Resonden Tentang Keputusan Penggunaan Jasa.....	84
Tabel 4.7 Statistik Deskripsi	86
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	90
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	91
Tabel 4.10 Hasil <i>Cross Loading</i>	92
Tabel 4.11 Hasil HTMT	93
Tabel 4.12 Hasil AVE	93
Tabel 4.13 Uji <i>Composite Reliability Dan Cronbach's Alpha</i>	94
Tabel 4.14 Hasil <i>Model Goodness Of Fit</i>	95
Tabel 4.15 Uji Nilai <i>R-Square</i>	95
Tabel 4.16 Uji <i>Effect Size</i>	96
Tabel 4.17 Uji Q-Square	98
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Percetakan Ausy Media	5
Gambar 1.2 Data Penjualan.....	8
Gambar 2 Kerangka Teori	55
Gambar 4.1 Hasil Algoritma Smarpls 4.0	89
Gambar 4.2 Uji <i>Bootstrapping</i>	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	120
Lampiran 3: Dokumentasi.....	135
Lampiran 4: Hasil Temuan Penelitian.....	137
Lampiran 5: Kendali Bimbingan Skripsi	139
Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup.....	153