

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis :.....	12
1.5.2. Manfaat Praktis	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. <i>Revisit Intention</i>	15
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.3. <i>Brand Trust</i>	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	22
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	22
2.4. Model Penelitian.....	23
2.5. Bagian Alur Berpikir	23

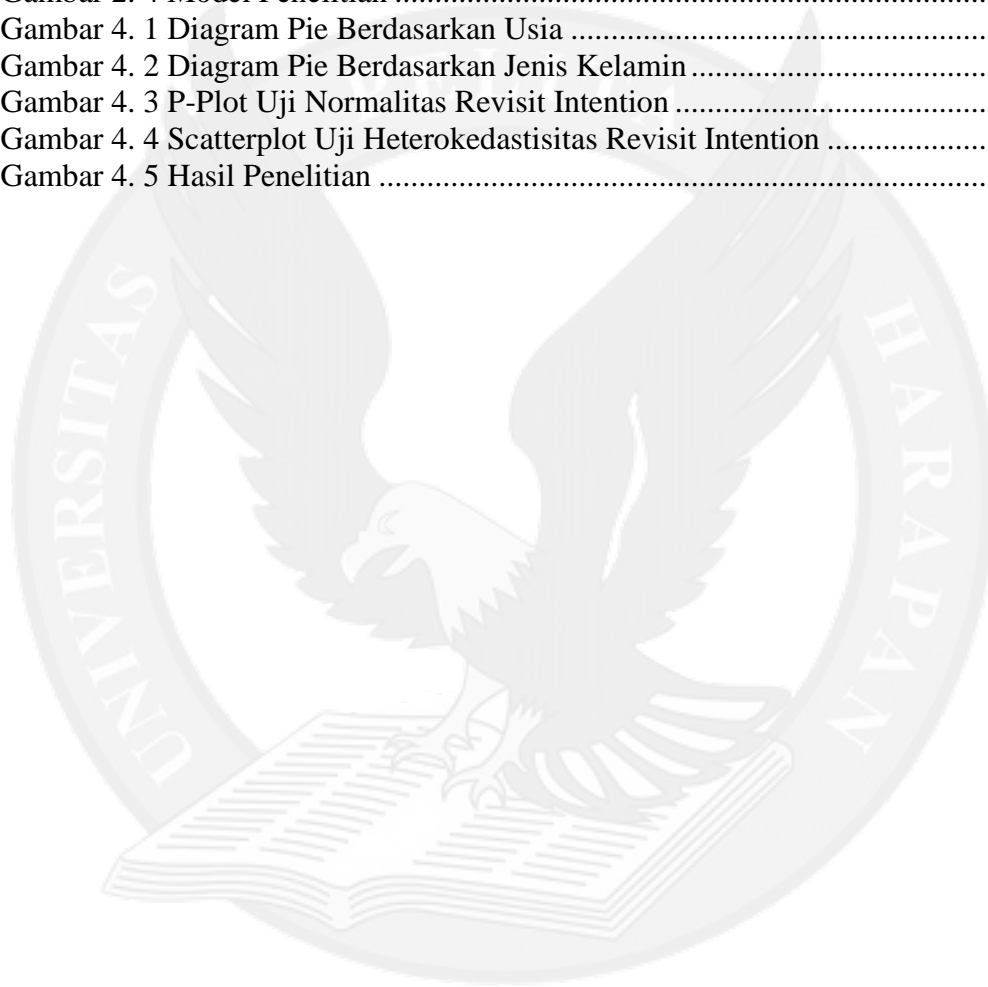
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	25
3.1.1. Jenis Penelitian.....	25
3.1.2. Jenis Data	26
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.2.1. Populasi.....	27
3.2.2. Sampel.....	28
3.3. Metode Pengumpulan Data	30
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.5. Metode Analisis Data	33
3.5.1. Pengolahan Data.....	33
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	34
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum	43
4.2. Analisis Data	43
4.2.1. Statistik Deskriptif	43
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	51
4.2.3. Uji Validitas	59
4.2.4. Uji Reliabilitas	60
4.2.5. Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	60
4.3. Metode Analisis Statistika.....	63
4.3.1. Analisis Regresi	63
4.3.2. Analisis Koefisien Korelasi	65
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi	65
4.4. Metode Pengujian Hipotesis.....	66
4.4.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	66
4.4.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	67
4.5. Pembahasan	68
BAB 5 KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	82
5.1. Simpulan.....	82
5.1.1. Simpulan Atas Hipotesis	82
5.1.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	85
5.2. Implikasi	85
5.2.1. Implikasi Teoritis	85

5.2.2. Implikasi Manajerial	86
5.3. Rekomendasi	95
DAFTAR PUSTAKA	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo JW Marriott Surabaya.....	4
Gambar 1. 2 The Power Of Marriott.....	5
Gambar 1. 3 Vision & Mission Marriott.....	8
Gambar 2. 1 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori dari Penelitian Terdahulu	20
Gambar 2. 2 Correlation matrix dari penelitian terdahulu	20
Gambar 2. 3 Hasil Uji Hipotesis dari penelitian terdahulu	21
Gambar 2. 4 Model Penelitian	23
Gambar 4. 1 Diagram Pie Berdasarkan Usia	44
Gambar 4. 2 Diagram Pie Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4. 3 P-Plot Uji Normalitas Revisit Intention	61
Gambar 4. 4 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Revisit Intention	62
Gambar 4. 5 Hasil Penelitian	68



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 3 Derajat Penelitian Setiap Variabel	46
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	48
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i>	49
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Brand Trust</i>	53
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Revisit Intention</i>	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Revisit Intention</i>	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 14 Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> (K-S)	60
Tabel 4. 15 Nilai Tolerance dan VIF	61
Tabel 4. 16 Uji <i>Spearsman's</i>	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Berganda	64
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji T.....	67
Tabel 4. 22 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	71
Tabel 4. 23 Indikator Variabel <i>Brand Trust</i>	74
Tabel 4. 24 Indikator Variabel <i>Reviti Intention</i>	78
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	86
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	91

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER 1	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER 1.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK 1	C-1

