

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SUP	v
LEMBAR PENGESAHAN SHP	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.2. Penelitian yang relevan	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis.....	39
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian	41
3.2 Tempat dan Waktu atau Objek penelitian.....	41
3.3 Metode Penelitian.....	42

3.4	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	42
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Metode Analisis	50
3.7	Teknik <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	50
3.7	Pilot Test	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskriptif Analisis	71
4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	75
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	128
5.2	Implikasi.....	131
5.3	Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA		136
RIWAYAT HIDUP PENULIS		139
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar taman hiburan tematik di Indonesia	2
Tabel I.2	Variabel pada jurnal	5
Tabel III.1	Klasifikasi sampel	44
Tabel III.2	Operasional variabel.....	46
Tabel III.3	Goodness of Fit Indices.....	55
Tabel III.4	Jumlah responden mengunjungi taman hiburan tematik di Jakarta	57
Tabel III.5	Jumlah responden mengunjungi taman hiburan tematik di Jakarta	58
Tabel III.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..	60
Tabel III.7	KMO variabel kualitas jasa.....	61
Tabel III.8	Pernyataan variabel kualitas jasa	62
Tabel III.9	KMO variabel kepuasan.....	64
Tabel III.10	Pernyataan variabel kepuasan	64
Tabel III.11	KMO variabel persepsi harga.....	66
Tabel III.12	Pernyataan variabel persepsi harga	67
Tabel III.13	KMO variabel citra persahaan	68
Tabel III.14	Pernyataan variabel citra perusahaan	68
Tabel III.15	KMO variabel minat kunjungan ulang.....	70
Tabel III.16	Pernyataan variabel minat kunjungan ulang	70
Tabel IV.1	Karakteristik responden sudah atau belum mengunjungi	73
Tabel IV.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	73
Tabel IV.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	74
Tabel IV.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	74
Tabel IV.5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	75
Tabel IV.6	Karakteristik responden berdasarkan kebangsaan	76
Tabel IV.7	Analisis deskriptif variabel kualitas jasa.....	77
Tabel IV.8	Analisis deskriptif variabel kepuasan.....	78
Tabel IV.9	Analisis deskriptif variabel persepsi harga	80
Tabel IV.10	Analisis deskriptif variabel citra perusahaan	81
Tabel IV.11	Analisis deskriptif variabel minat kunjungan ulang	83

Tabel IV.12 KMO variabel kualitas jasa	84
Tabel IV.13 Pernyataan indikator variabel kualitas jasa	85
Tabel IV.14 KMO variabel kepuasan.....	87
Tabel IV.15 Pernyataan indikator variabel kepuasan.....	87
Tabel IV.16 KMO variabel persepsi harga.....	89
Tabel IV.17 Pernyataan indikator variabel persepsi harga.....	89
Tabel IV.18 KMO variabel citra perusahaan	90
Tabel IV.19 Pernyataan indikator variabel citra perusahaan.....	91
Tabel IV.20 KMO variabel minat kunjungan ulang.....	92
Tabel IV.21 Pernyataan indikator variabel kunjungan ulang.....	93
Tabel IV.22 Pernyataan <i>second order</i> variabel kualitas jasa	105
Tabel IV.23 Pernyataan <i>second order</i> variabel kepuasan	107
Tabel IV.24 Pernyataan <i>second order</i> variabel persepsi harga	109
Tabel IV.25 Pernyataan <i>second order</i> variabel citra perusahaan	111
Tabel IV.26 Pernyataan <i>second order</i> variabel minat kunjungan ulang....	113
Tabel IV.27 Pernyataan uji antar variabel variabel 1	115
Tabel IV.28 Pernyataan uji antar variabel variabel 2	117
Tabel IV.29 Pernyataan uji antar variabel variabel 3	119
Tabel IV.30 Pernyataan uji antar variabel variabel 4	121
Tabel IV.31 Fit model	123
Tabel IV.32 Pernyataan indikator fit model	124
Tabel IV.33 Alternatif model 1	127
Tabel IV.34 Alternatif model 2	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar	II.1	<i>Service quality</i>	13
Gambar	II.2	Kerangka teoritik.....	39
Gambar	III.1	Grafik responden yang mengunjungi taman hiburan tematik di Jakarta	56
Gambar	III.2	Grafik responden yang mengunjungi taman hiburan Tematik di luar Jakarta.....	57
Gambar	III.3	Grafik jenis kelamin responden	59
Gambar	III.4	Grafik pendapatan responden.....	60
Gambar	III.5	Grafik kebangsaan responden	61
Gambar	IV.1	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>tangible</i>	94
Gambar	IV.2	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>reability</i>	95
Gambar	IV.3	<i>First Order Construct</i> dimensi daya tanggap.....	96
Gambar	IV.4	<i>First Order Construct</i> dimensi kualitas produk.....	97
Gambar	IV.5	<i>First Order Construct</i> dimensi harga.....	98
Gambar	IV.6	<i>First Order Construct</i> dimensi keterjangkauan harga	99
Gambar	IV.7	<i>First Order Construct</i> dimensi kualitas produk.....	100
Gambar	IV.8	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>reputation</i>	101
Gambar	IV.9	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>eksploratif</i>	102
Gambar	IV.10	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>transaksional</i>	103
Gambar	IV.11	<i>Second Order Construct</i> variabel kualitas jasa	104
Gambar	IV.12	<i>Second Order Construct</i> variabel kepuasan.....	106
Gambar	IV.13	<i>Second Order Construct</i> variabel persepsi harga	108
Gambar	IV.14	<i>Second Order Construct</i> variabel citra perusahaan	110
Gambar	IV.15	<i>Second Order Construct</i> variabel minat kunjungan ulang...	112
Gambar	IV.16	Uji antar variabel 1	114
Gambar	IV.17	Uji antar variabel 2	116
Gambar	IV.18	Uji antar variabel 3.....	118
Gambar	IV.19	Uji antar variabel 4.....	120
Gambar	IV.20	Fit model	122

Gambar	IV.21 Alternatif fit model 1.....	126
Gambar	IV.22 Alternatif fit model 2.....	128