

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORITIK	
2.1. Deskripsi Konseptual	14
2.1.1. <i>Service Quality</i>	14
2.1.2. <i>Trust</i>	22
2.1.3. <i>Perceived Quality</i>	26
2.1.4. <i>Perceived Value</i>	32
2.1.5 <i>Behavioral Intention</i>	34
2.2. <i>Review</i> Penelitian Relevan	35
2.3. Kerangka Teoritik	52
2.4. Model Penelitian	63
2.5. Perumusan Hipotesis Penelitian	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat, Waktu dan Objek Penelitian.....	66
3.2. Metode Penelitian.....	66
3.3. Populasi dan Sampling	
3.3.1. Populasi	67
3.3.2. Sampel.....	68
3.4. Metode Pengumpulan Data	71
3.5. Operasional Variabel Penelitian	72
3.5.1. Variabel Independen.....	72

3.5.2. Variabel Dependen.....	72
3.5.3. Variabel <i>Intervening</i>	72
3.6. Skala Pengukuran.....	77
3.7. Teknik Analisa Data.....	78
3.7.1. Analisa Deskriptif.....	79
3.7.2. Uji	79
3.7.3. Uji Reliabilitas.....	79
3.7.4. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	81
3.7.5. Kesesuaian Model	82
3.7.6. Uji Hipotesis.....	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data	85
4.2. Hasil Analisis Data.....	89
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	89
4.2.2. Analisis Deskriptif.....	92
4.2.3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	99
4.2.4. <i>Full Model SEM</i>	106
4.2.5. <i>Fit Model SEM</i>	107
4.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	110
4.4. Hasil Uji Hipotesis	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	117
5.2. Saran.....	120
5.2.1. Saran Praktis.....	120
5.2.2. Saran Teoritis	123

DAFTAR PUSTAKA	124
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	128
-------------------------------	------------

RIWAYAT HIDUP.....	156
---------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
II.1	<i>Review</i> Penelitian Relevan	50
II.2	Hipotesis	51
III.1	Jumlah Responden Penelitian Relevan	69
III.2	Operasional Variabel	73
III.3	Pengukuran Skala Likert	78
IV.1	Usia Responden dan Jenis Kelamin	85
IV.2	Jenis Kelamin dan Domisili	86
IV.3	Pendidikan dan Pekerjaan	87
IV.4	Status Pernikahan dan Pendapatan per bulan.....	88
IV.5	Pendapatan per bulan dan Pengeluaran per bulan.....	89
IV.6	Hasil Uji Validitas.....	90
IV.7	Hasil Uji Reliabilitas	91
IV.8	Nilai Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i> (X1).....	92
IV.9	Nilai Analisis Deskriptif <i>Trust</i> (X2).....	94
IV.10	Nilai Analisis Deskriptif <i>Perceived Quality</i> (X3)	95
IV.11	Nilai Analisis Deskriptif <i>Perceived Value</i> (Y)	96
IV.12	Nilai Analisis Deskriptif <i>Behavioral Intention</i> (Z).....	98
IV.13	<i>First Order Construct Service Quality</i> (X1)	99
IV.14	<i>First Order Construct Trust</i> (X2)	100
IV.15	<i>First Order Construct Perceived Quality</i> (X3)	102
IV.16	<i>First Order Construct Perceived Value</i> (Y)	103
IV.17	<i>First Order Construct Behavioral Intention</i> (Z).....	105
IV.18	<i>Full Model's Goodness of Fit Indices</i>	107
IV.19	<i>Fit Goodness of Fit Indices</i>	108
IV.20	Indikator Fit Model	109
IV.21	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	110
IV.22	Model Persamaan Struktural	112
V.1	Hasil Pengujian Hipotesis	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Logo Airbnb.....	5
I.2	Tampilan <i>Website</i> Airbnb.....	6
I.3	10 Besar Situs Hotel dan Akomodasi Yang Paling Banyak Dipilih	7
I.4	Grafik Pertumbuhan Valuasi Beberapa Perusahaan <i>Online Travel Agency</i> tahun 2011 - 2015	8
I.5	Data Survei Reputasi Beberapa <i>Online Travel Agency</i> (OTA)	9
II.1	Kerangka Pemikiran.....	76
III.1	Konseptual Diagram Full Model.....	84
IV.1	Model <i>First Order Construct Service Quality</i> (X1).....	100
IV.2	Model <i>First Order Construct Trust</i> (X2)	100
IV.3	Model <i>First Order Construct Perceived Quality</i> (X3).....	102
IV.4	Model <i>First Order Construct Perceived Value</i> (Y).....	104
IV.5	Model <i>First Order Construct Behavioral Intention</i> (Z)...	105
IV.6	Full Model SEM	106
IV.7	Fit Model SEM	107
IV.8	<i>T-Values SEM</i>	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	129
2	<i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i>	136
3	<i>Output Reliabilitas</i>	142
4	Validitas Keseluruhan (N = 250).....	143
5	Reliabilitas Keseluruhan (N = 250).....	144
6	<i>Output Goodness of Fit</i>	145
7	<i>Syntax Lisrel</i>	150
8	<i>Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i>	152
9	<i>Standardized Total Effect</i>	153
10	<i>Structural Equation</i>	154
11	Tampilan Awal Lisrel 9.30.....	155