

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Konsep <i>Relationship Quality</i> Dalam Pemasaran Jasa Usaha Perjalanan Wisata (UPW).....	15
2.1.1.1 Konsep Kepariwisataaan.....	15
2.1.1.2 Konsep Usaha Perjalanan Wisata (UPW) dalam Kepariwisataaan.....	17
2.1.1.3 <i>Relationship Quality</i> bagian dari <i>Relationship Marketing</i>	20
2.1.1.4 Konsep <i>Relationship Marketing</i>	22
2.1.1.5 Pengertian <i>Relationship Quality</i>	25

2.1.1.6 Dimensi <i>Relationship Quality</i>	27
2.1.2 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	31
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	31
2.1.2.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.2.3 Karakteristik Pelanggan yang Loyal	35
2.1.2.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	37
2.1.2.5 Loyalitas dan Siklus Pembelian.....	41
2.1.3 Pengaruh <i>Relationship Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	45
2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
2.3 Hipotesis Penelitian	54

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	57
3.2 Metode Penelitian	58
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	58
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	58
3.2.1.2 Metodologi Penelitian	59
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	65
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	66
3.2.4.1 Populasi.....	66
3.2.4.2 Sampel.....	68
3.2.4.3 Teknik Sampling	68
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	71
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	72
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	77

3.2.7 Rancangan Analisis Data	79
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	80
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Usaha Perjalanan Wisata.....	88
4.1.1 Profil Perusahaan.....	88
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	88
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	89
4.1.1.3 Struktur Organisasi.....	90
4.1.1.4 Produk dan Jasa yang ditawarkan	94
4.1.1.5 Pelaksanaan <i>Relationship Quality</i> dan Loyalitas di Jaya <i>Prima Tour & Travel</i>	95
4.1.2 Profil Usaha Perjalanan Wisata.....	96
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Jenis Usaha Perjalanan Wisata	96
4.1.2.2 Usia Perusahaan Dikaitkan dengan Jenis Usaha Perjalanan Wisata	97
4.1.2.3 Usia dan Lama Bekerja Pengambil Keputusan Dari Usaha Perjalanan Wisata Yang Menjadi <i>Sub Agent</i> Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	99
4.1.2.4 Sumber Informasi <i>Sub Agent</i> Tentang Jaya Prima <i>Tour &</i> <i>Travel</i>	100
4.1.2.5 Frekuensi Membeli Tiket Taman Impian Jaya Ancol Dalam Satu Tahun	101
4.1.2.6 Waktu Puncak Pembelian Tiket Taman Impian Jaya Ancol Oleh <i>Sub Agent</i>	103
4.1.2.7 Jenis Tiket dan Frekuensi Pembelian Oleh <i>Sub Agent</i> ...	104

4.1.2.8 Penggunaan Agent Resmi Taman Impian Jaya Ancol Lain Selain Jaya Prima Tour & Travel.....	106
4.2 Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap Penilaian <i>Relationship Quality</i> dan Dimensinya.....	108
4.2.1 Dimensi <i>Relationship Quality</i>	108
4.2.1.1 <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	108
4.2.1.2 <i>Commitment</i> (Komitmen).....	111
4.2.1.3 <i>Satisfaction</i> (Kepuasan).....	114
4.2.2 Penilaian <i>Relationship Quality</i>	117
4.3 Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap Penilaian Loyalitas dan Dimensinya	119
4.3.1 Dimensi-Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	119
4.3.1.1 <i>Word of Mouth Communication</i>	119
4.3.1.2 <i>Repurchase Intention</i>	121
4.3.1.3 <i>Price Insensitivity</i>	122
4.3.1.4 <i>Complaint Behavior</i>	124
4.3.2 Penilaian Loyalitas Usaha Perjalanan Wisata.....	128
4.4 Pengaruh <i>Relationship Quality</i> terhadap Loyalitas Usaha Perjalanan Wisata di Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	130
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	138
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Bersifat Teoritik	138
4.5.2 Implikasi Hasil Temuan Bersifat Empirik.....	139

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	141
5.2 Rekomendasi.....	142
5.2.1 Perumusan Tujuan Rekomendasi.....	142
5.2.2 Pemetaan Strategi.....	143

5.2.3 Operasionalisasi Strategi.....	143
5.2.4 Rencana Tindak.....	144
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xxii

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2009-2012.....	2
1.2	Penerimaan Devisa dari Sektor Pariwisata Indonesia Tahun 2009-2012.....	3
1.3	Daya Tarik Wisata Alam, Buatan dan Budaya di Indonesia.....	3
1.4	Jumlah Daftar Agen Resmi Penjualan PT. Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Area.....	4
1.5	Daftar Agen Resmi Penjualan PT. Taman Impian Jaya Ancol Area Jawa Barat.....	5
1.6	<i>Market Share</i> Tiket Objek Wisata Taman Impian Jaya Ancol PT. Jaya Prima Utama Lestari Tahun 2011-2013.....	6

1.7	Jumlah Penjualan Tiket Objek Wisata Taman Impian Jaya Ancol PT.Jaya Prima Utama Lestari Tahun 2011-2013.....	7
1.8	<i>Sub Agent</i> Pelanggan Jaya Prima Tour And Travel Bidang Penjualan Tiket Taman Impian Jaya Ancol.....	9
2.1	Definisi Loyalitas Menurut Para Ahli.....	31
2.2	<i>Repeat Purchase</i>	35
2.3	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh <i>Relationship Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	45
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	60
3.2	Jenis dan Sumber Data	65
3.3	Populasi <i>Sub Agent</i> Penjualan Tiket Objek Wisata PT. Taman Impian Jaya Ancol di PT. Jaya Prima Utama Lestari	67
3.4	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	71
3.5	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	73
3.6	Hasil Uji Validitas (<i>Relationship Quality</i> Dan Loyalitas) Instrumen Penelitian.....	73
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	79
4.1	Paket Tiket Taman Impian Jaya Ancol di PT. Jaya Prima Utama Lestari.....	95
4.2	Kegiatan Menjalin <i>Relationship Quality</i> oleh Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	96
4.3	Jenis Usaha Perjalanan Wisata	97
4.4	Usia Perusahaan Dikaitkan dengan Jenis Usaha Perjalanan Wisata	98
4.5	Usia dan Lama Bekerja Pengambil Keputusan Dari Usaha Perjalanan Wisata Yang Menjadi <i>Sub Agent</i> Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	99

4.6	Sumber Informasi <i>Sub Agent</i> Tentang Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	100
4.7	Frekuensi Membeli Tiket Taman Impian Jaya Ancol Di Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	102
4.8	Waktu Puncak Pembelian Tiket Taman Impian Jaya Ancol Oleh <i>Sub Agent</i>	103
4.9	Jenis Tiket dan Frekuensi Pembelian Oleh <i>Sub Agent</i>	105
4.10	Penggunaan Agen Resmi Taman Impian Jaya Ancol Lain Selain Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	107
4.11	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Trust</i>	109
4.12	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Commitment</i>	112
4.13	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Satisfaction</i>	115
4.14	Rekapitulasi Dimensi <i>Relationship Quality</i> Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	116
4.15	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Word of Mouth Communication</i>	119
4.16	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	121
4.17	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Price Insensitivity</i>	123
4.18	Tanggapan Usaha Perjalanan Wisata Terhadap <i>Complaint Behavior</i>	124
4.19	Rekapitulasi Dimensi Loyalitas.....	127
4.20	Uji Normalitas Menggunakan Rumus Kolmogorov-Smirnov	131
4.21	Uji Heteroskedastisitas	131
4.22	Uji Linearitas Data.....	132
4.23	Uji Autokorelasi Menggunakan Durbin-Watson.....	132
4.24	Uji Multikolinearitas	133

4.25	Matriks Korelasi Antara Sub Variabel <i>Relationship Quality</i> Dengan Loyalitas Di Jaya Prima <i>Tour & Travel</i>	133
4.26	Uji Keseluruhan/Simultan (Uji F).....	135
4.27	Pengaruh Simultan <i>Relationship Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	136
4.28	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	136
4.29	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung <i>Relationship Quality</i> Terhadap Loyalitas Usaha Perjalanan Wisata	137
5.1	Rencana Tindak Rekomendasi Hasil Penelitian.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Kedatangan Wisatawan Internasional Berdasarkan Kawasan.....	1
2.1	<i>The Loyalty Pyramid</i>	39
2.2	Siklus Pembelian.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran <i>Relationship Quality</i> di Jaya Prima Tour & Travel Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	53
2.4	Paradigma Penelitian <i>Relationship Quality</i> di Jaya Prima Tour & Travel Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	54
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	82
3.2	Diagram Jalur Hipotesis	83
3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	83
4.1	Struktur Organisasi PT. Jaya Prima Utama Lestari.....	90
4.2	Variabel <i>Relationship Quality</i> Pada Garis Kontinum.....	118
4.3	Variabel Loyalitas Pada Garis Kontinum.....	129
4.4	Jalur Sub Variabel.....	130
4.5	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis <i>Relationship Quality</i> Terhadap Loyalitas	137