

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Konsep <i>Customer Experience Quality</i> .....	13
2.1.1.1 <i>Customer Experience</i> dalam Industri Jasa .....	21
2.1.1.2 Dimensi <i>Customer Experience</i> .....	22
2.1.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.2.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	27
2.1.2.2 Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Sikap dan Perilaku Pembelian Ulang .....	28
2.1.2.3 Tingkatan atau Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	29

Lulu Chandra Putri, 2014

*Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Loyalitas Pelanggan*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.2.4 Menjaga dan Mempertahankan Pelanggan.....	31
2.1.3 Hubungan <i>Customer Experience Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	32
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	35
2.2 Kerangka Pemikiran .....	36
2.3 Hipotesis Penelitian.....	42
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	43
3.2 Metode dan Desain Penelitian .....	44
3.2.1 Metode Penelitian .....	44
3.2.2 Desain Penelitian .....	45
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	45
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.5.1 Populasi .....	54
3.5.2 Sampel .....	54
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	56
3.6.1 Rancangan Analisis Data.....	56
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
3.6.2.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	60
3.6.4 Teknik Analisis Data.....	65
3.6.5 Koefisien Determinasi .....	68
3.6.6 Rancangan Uji Hipotesis .....	68

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	71
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	71
4.1.1.1 Jasa dan Fasilitas yang Ditawarkan.....	72
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	74
4.1.2.1 Karakteristik Responden Helios Fitness Center Festival Citylink .....	74
4.1.2.2 Pengalaman Responden Helios Fitness Center Festival Citylink .....	78
4.1.3 Gambaran Variabel <i>Customer Experience Quality</i> .....	81
4.1.4 Gambaran Variabel Loyalitas Pelanggan .....	100
4.1.5 Analisis Statistik dan Uji Hipotesis.....	109
4.1.5.1 Uji Asumsi Normalitas .....	109
4.1.5.2 Koefisien Korelasi.....	110
4.1.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	112
4.1.5.4 Uji Hipotesis .....	113
4.1.5.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh <i>Customer Experience Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	114
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>120</b>
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Saran .....	121
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>123</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Anggota Terdaftar Helios Fitness Center Tahun 2011–Maret 2014.....	6
Tabel 1.2	Daftar Jumlah Anggota ( <i>membership</i> ) Aktif Helios Fitness Center Tahun 2011-Maret 2014 .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	46
Tabel 3.2	<i>Scoring</i> Untuk Jawaban Kuisisioner .....	52
Tabel 3.3	Pola <i>Scoring</i> Skala Likert .....	57
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X ( <i>Customer Experience Quality</i> )... ..	61
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) .....	64
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y .....	65
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Uang/Saku ... ..	78
Tabel 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Intensitas Member Dalam Berolahraga .....	79
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Olahraga Yang Dilakukan Oleh Member.....	80
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Helios Fitness Center Festival Citylink .....	81
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Member Dalam Meminta Bantuan Pegawai .....	82
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Ketanggapan Pegawai Dalam Membantu Member .....	83
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Ketetapan Waktu Operasional .....	84

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Waktu Tunggu Member Ketika Akan Menggunakan Alat Fitness .....	85
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Pegawai Dalam Mengenali Member .....	86
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Pegawai Dalam Menyapa Member .....	87
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Dengan Produk Dan Fasilitas Yang Didapat Oleh Member .....	88
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Fasilitas Sesuai Dengan Yang Di Promosikan.....	89
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Pegawai Dalam Membantu Menyelesaikan Masalah Member .....	90
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Pegawai Dalam Memberikan Solusi Yang Dibutuhkan .....	91
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Penyebutan Nama Member Oleh Pegawai .....	92
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Privasi Yang Dimiliki Member Dalam Menggunakan Loker.....	92
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Pegawai Tentang Olahraga Fitness .....	93
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Dalam Menggunakan Alat Fitness.....	94
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Member Dalam Mendapatkan Informasi Yang Dibutuhkan.....	95
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Member Dalam Mengakses <i>Personal Trainer</i> .....	96
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Member Dalam Menggunakan Fasilitas .....	97
Tabel 4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Member Helios Fitness Center Mengenai <i>Customer Experience Quality</i> .....	98

Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Membayar Biaya Perpanjangan Keanggotaan Setiap Bulannya Secara Teratur .....	101
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Member Menambah Kelas Tambahan Diluar Fitness regular.....	102
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Kekebalan Member Terhadap Tawaran Gym Pesaing .....	103
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Informasi Kepada Orang Lain .....	104
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Memberitahukan Keunggulan Helios Fitness Center Festival Citylink Kepada Orang Lain .....	105
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Mengajak Orang Lain Untuk Bergabung .....	106
Tabel 4.32	Rekapitulasi Tanggapan Responden Member Helios Fitness Center Festival Citylink Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	107
Tabel 4.33	Output Korelasi antara <i>Customer Experience Quality</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	111
Tabel 4.34	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	112
Tabel 4.35	Output Pengaruh <i>Customer Experience Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	113
Tabel 4.36	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	114
Tabel 4.37	Output ANOVA.....	114
Tabel 4.38	Output Persamaan Regresi .....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen <i>Customer Experience</i> .....	18
Gambar 2.2	Model <i>Branded Customer Experience</i> .....	18
Gambar 2.3	Model <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> .....	34
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian .....	42
Gambar 4.1	Hasil Kontinum <i>Customer Experience Quality</i> Pada Member Helios Fitness Center Festival Citylink .....	100
Gambar 4.2	Hasil Kontinum Loyalitas Pelanggan Pada Member Helios Fitness Center Festival Citylink .....	109
Gambar 4.3	<i>Normal Probability Plot</i> .....	110

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Bimbingan
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Data Ordinal X dan Y  
Data Interval X dan Y
- Lampiran 4 Hasil Output SPSS Statistic 21.0 for Windows
- Lampiran 5 Catatan Bimbingan