

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep Hubungan Interpersonal	9
2.1.1.1 Hubungan Interpersonal dalam <i>Relationship Marketing</i>	9
2.1.1.2 Definisi Hubungan Interpersonal.....	12
2.1.1.3 Dimensi Hubungan Interpersonal	13
2.1.1.4 Manfaat Hubungan Interpersonal	15
2.1.1.5 Faktor Keberhasilan Hubungan Interpersonal	16
2.1.2 Konsep Loyalitas Pelanggan	17
2.1.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.2.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	19
2.1.2.3 Model Tahapan Loyalitas Pelanggan	20
2.1.2.4 Membangun dan Memelihara Loyalitas	22
2.1.3 Analisis Hubungan Interpersonal terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis	36

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	38
3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan	38
3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan.....	39
3.2.3 Operasionalisasi Variabel	40
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47

3.2.5.1 Populasi	47
3.2.5.2 Sampel	48
3.2.5.3 Teknik Penarikan Sampling.....	51
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas	54
3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
3.2.8 Teknik Analisis Data	61
3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif	62
3.2.8.2 Analisis Data Verifikatif.....	63
3.2.8.3 Pengujian Hipotesis	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Identitas Perusahaan, Profil, dan Karakteristik Responden.....	69
4.1.1 Identitas Perusahaan	69
4.1.1.1 Profil Perusahaan	69
4.1.1.2 Produk Telkom Speedy	70
4.1.2 Profil Responden Telkom Speedy Berdasarkan Karakteristik, dan Pengalaman.....	70
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Lama Berlangganan Telkom Speedy.....	71
4.1.2.2 Profil Pelanggan Telkom Speedy Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	72
4.1.2.3 Profil Pelanggan Telkom Speedy Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Pendapatan.....	74
4.1.2.4 Alasan Berlangganan Telkom Speedy.....	75
4.2 Tanggapan Hubungan Interpersonal dan Dimensinya pada Pelanggan Telkom Speedy di Kota Bandung	77
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Interpersonal Communication</i>	78
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Relational Style</i>	79
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Relational Atmosphere</i>	81
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Friendly Interaction</i>	83
4.2.5 Rekapitulasi Variabel Hubungan Interpersonal.....	84
4.3 Tanggapan Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Telkom Speedy di Kota Bandung	86
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Repeat Purchase</i>	86
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Immunity</i>	88
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Refers to Other</i>	90
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Across Product and Service Line</i>	92
4.3.5 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	93
4.4 Pengujian Hipotesis Analisis Kinerja Hubungan Interpersonal Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	95
4.4.1 Uji Asumsi Klasik Terhadap Model Regresi.....	95
4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	100
4.4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi.....	100
4.4.2.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	100
4.4.3 Uji Hipotesis	103
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	104

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
4.5.1 Pembahasan Hubungan Interpersonal	105
4.5.2 Pembahasan Loyalitas Pelanggan.....	106
4.5.3 Analisis Kinerja Hubungan Interpersonal Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	107
4.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	107
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	107
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	109
4.7 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Rekomendasi	113
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Telkom Speedy di Kota Bandung.....	2
2.1	Definisi Hubungan Interpersonal menurut Para Ahli.....	13
2.2	Pengaruh Hubungan Interpersonal Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3	Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	55
3.4	Hasil Uji Validitas Hubungan Interpersonal.....	56
3.5	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	58
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
3.7	Skor Alternatif Jawaban.....	62
3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	63
4.1	Pengalaman Berdasarkan Lama Berlangganan Produk Telkom Speedy.....	72
4.2	Karakteristik Pelanggan Telkom Speedy Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	73
4.3	Karakteristik Pelanggan Telkom Speedy di Kota Bandung Berdasarkan Pendapatan dengan Pekerjaan.....	74
4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Interpersonal Communication</i> Pada Hubungan Interpersonal Telkom Speedy.....	79
4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Relational Style</i> Pada Hubungan Interpersonal Telkom Speedy	80
4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Relational Atmosphere</i> Pada Hubungan Interpersonal <i>Telkom Speedy</i>	81
4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Friendly Interaction</i> Pada Hubungan Interpersonal Telkom Speedy.....	83
4.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Telkom Speedy Tentang Hubungan Interpersonal.....	85
4.9	Tanggapan Responden Telkom Speedy Terhadap <i>Repeat Purchase</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	87
4.10	Tanggapan Responden Telkom Speedy Terhadap <i>Immunity</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	89
4.11	Tanggapan Pelanggan Telkom Speedy Terhadap <i>Refers to Other</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	90
4.12	Tanggapan Pelanggan Telkom Speedy Terhadap <i>Purchase Across Product and Service Line</i>	92

4.13	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Telkom Speedy Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	93
4.14	Uji Normalitas	96
4.15	Uji Linearitas.....	97
4.16	Hasil Pengujian Titik Terpencil Hubungan Interpersonal Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
4.17	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	100
4.18	Output Koefisien Korelasi.....	101
4.19	Output Model Summary.....	102
4.20	Model Regresi Linear Sederhana.....	103
4.21	Nilai Signifikansi Uji F.....	104

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Perbandingan Pendapatan Per Kapita Kota Bandung Dengan Tingkat Nasional.....	2
1.2	Jumlah Pelanggan Telkom Speedy Yang Berhenti Berlangganan Di Kota Bandung.....	3
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Interpersonal Relationship</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.2	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Interpersonal Relationship</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	30
3.1	Garis <i>Normal Probability Plot</i>	64
3.2	Model Diagram Pencar.....	66
4.1	Alasan Berlangganan Telkom Speedy.....	76
4.2	Garis Kontinum Variabel <i>Interpersonal Relationship</i>	85
4.3	Garis Kontinum Variabel <i>Customer Loyalty</i>	94
4.4	Output Uji Normalitas.....	95
4.5	Diagram Pencar.....	98
4.6	Output Titik Terpencil Hubungan <i>Interpersonal</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99
4.7	Analisis Hubungan <i>Interpersonal</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	105