

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Hipotesis.....	8
1.4 Metode Penelitian.....	8
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.5.1 Maksud Penelitian.....	9
1.5.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Lokasi Penelitian dan Populasi Penelitian.....	10
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Jasa.....	11
2.2 Karakteristik Jasa.....	12
2.3 Pemasaran Jasa.....	13
2.4 Harapan dan ekspektasi pelanggan.....	15
2.5 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	18
2.5.1 Defenisi Kualitas Pelayanan.....	18
2.5.2 Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.5.3 Kesenjangan (Gap) Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	23
2.5.4 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	25
2.5.5 Strategi Penyempurnaan Kualitas Pelayanan.....	29

2.5.6 Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan.....	30
2.6 Kepuasan Pelanggan.....	31
2.6.1 Defenisi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.6.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	32
2.6.3 Kepuasan Pelanggan versus Kualitas Pelayanan.....	36
2.7 Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan).....	37
2.7.1 Defenisi Loyalitas.....	37
2.7.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	39
2.7.3 Tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....	41
2.8 Persepsi Pelanggan.....	45
2.9 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Desain Penelitian.....	48
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3 Teknik Sampling.....	49
3.4 Variabel dan Definisi Operasional.....	50
3.4.1 Variabel.....	50
3.4.2 Defenisi operasional.....	50
3.4.2.1 Kualitas Layanan.....	50
3.4.2.2 Loyalitas Pelanggan.....	51
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Kuesioner.....	52
3.5.2 Observasi.....	52
3.6 Instrumen Penelitian.....	52
3.6.1 Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
3.6.2 Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan.....	56
3.7 Uji Coba Instrumen.....	57
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.1.1 Uji Validitas Isi.....	57

3.7.1.2 Validitas Item.....	58
3.7.1.3 Validitas Item Instrumen Kualitas Pelayanan.....	58
3.7.1.4 Validitas Item Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	59
3.7.2 Uji Realibilitas.....	60
3.7.2.1 Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	62
3.7.2.2 Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan.....	62
3.8 Kategorisasi Skala.....	62
3.9 Uji Asumsi Statistik.....	64
3.9.1 Uji Normalitas.....	64
3.9.2 Uji Koefisien Regresi.....	65
3.10 Teknik Analisis Data.....	66
3.10.1 Uji korelasi.....	66
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi.....	67
3.10.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	68
3.11 Tahapan Penelitian.....	69
3.11.1 Tahap Persiapan.....	69
3.11.2 Tahap Pelaksanaan.....	70
3.11.3 Tahap Pengolahan.....	70
3.11.4 Tahap Pembahasan.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Hasil.....	72
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	73
4.1.1.1 Gambaran Umum Persepsi Kualitas Pelayanan Plasa Telkom.....	73
4.1.1.1.1 Gambaran umum dimensi Bukti langsung (<i>Tangible</i>).....	74
4.1.1.1.2 Gambaran umum dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>).....	76
4.1.1.1.3 Gambaran umum dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	77
4.1.1.1.4 Gambaran umum dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>).....	79
4.1.1.1.5 Gambaran umum dimensi Empati (<i>Emphaty</i>).....	80
4.1.1.2 Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan Internet Speedy.....	82

4.1.1.2.1	Gambaran Umum Dimensi Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Make Regular Repeat Purchases</i>).....	83
4.1.1.2.2	Gambaran Umum Dimensi Membeli Di Luar Lini Produk/Jasa (<i>Purchases Across Product And Service Lines</i>).....	85
4.1.1.2.3	Gambaran Umum Dimensi Merekomendasikan Produk Ke Orang Lain (<i>Refers Other</i>).....	87
4.1.1.2.4	Gambaran Umum Dimensi Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing (<i>Demonstates An Immunity To The Full Of The Competition</i>).....	89
4.1.2	Hasil Teknik Analisis Data.....	91
4.1.2.1	Uji Hipotesis.....	91
4.1.2.2	Uji Koefisien Determinasi.....	92
4.1.2.3	Uji Regresi Linier Sederhana.....	93
4.2	Pembahasan.....	94
4.2.1	Pembahasan Gambaran Umum Persepsi Pelanggan Internet Speedy Terhadap Kualitas Pelayanan Plasa Telkom.....	94
4.2.2	Pembahasan Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Bandung.....	102
4.2.3	Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Plasa Telkom Dengan Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Bandung.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		115
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pola skoring alternatif jawaban.....	53
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
Tabel 3.3	Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan.....	56
Tabel 3.4	Validitas Item Instrumen Kualitas Pelayanan Yang Digunakan.....	59
Tabel 3.5	Validitas Item Instrumen Loyalitas Pelanggan Yang Digunakan.....	60
Tabel 3.6	Koefisien reliabilitas Instrumen Menurut Guildford.....	61
Tabel 3.7	Rumus Kategorisasi Skala Persepsi Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 3.8	Rumus Kategorisasi Skala Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 3.9	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	64
Tabel 3.10	ANOVA Tabel.....	65
Tabel 3.11	Koefisien Korelasi.....	67
Tabel 4.1	Descriptive Persepsi Statistics Kualitas Pelayanan Plasa Telkom.....	73
Tabel 4.2	Hasil Kategorisasi Persepsi Kualitas Pelayanan Plasa Telkom.....	73
Tabel 4.3	Descriptive Statistics Bukti Langsung (<i>Tangible</i>).....	74
Tabel 4.4	Hasil Kategorisasi Dimensi Bukti Langsung (<i>Tangible</i>) Plasa Telkom.....	75
Tabel 4.5	Descriptive Statistics Keandalan (<i>Reliability</i>).....	76
Tabel 4.6	Hasil Kategorisasi Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>) Plasa Telkom.....	76
Tabel 4.7	Descriptive Statistics Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	77
Tabel 4.8	Hasil Kategorisasi Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Plasa Telkom.....	78
Tabel 4.9	Descriptive Statistics Jaminan (<i>Assurance</i>).....	79
Tabel 4.10	Hasil Kategorisasi Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>) Plasa Telkom.....	79
Tabel 4.11	Descriptive Statistics Empati (<i>Emphaty</i>).....	80
Tabel 4.12	Hasil Kategorisasi Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>) Plasa Telkom.....	81
Tabel 4.13	Descriptive Statistics Loyalitas Pelanggan Internet Speedy.....	82
Tabel 4.14	Hasil Kategorisasi Loyalitas Pelanggan Internet Speedy.....	82
Tabel 4.15	Descriptive Statistics Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Make Regular Repeat Purchases</i>).....	83

Tabel 4.16 Hasil Kategorisasi Dimensi Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Make Regular Repeat Purchases</i>).....	84
Tabel 4.17 Descriptive Statistics Membeli Di Luar Lini Produk/Jasa (<i>Purchases Across Product And Service Lines</i>).....	85
Tabel 4.18 Hasil Kategorisasi Dimensi Membeli Di Luar Lini Produk/Jasa (<i>Purchases Across Product And Service Lines</i>).....	85
Tabel 4.19 Descriptive Statistics Merekomendasikan Produk Ke Orang Lain (<i>Refers Other</i>).....	87
Tabel 4.20 Hasil Kategorisasi Dimensi Merekomendasikan Produk Ke Orang Lain (<i>Refers Other</i>).....	87
Tabel 4.21 Descriptive Statistics Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Pesaing (<i>Demonstates An Immunity To The Full Of The Competition</i>).....	89
Tabel 4.22 Hasil Kategorisasi Dimensi Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Pesaing (<i>Demonstates An Immunity To The Full Of The Competition</i>).....	89
Tabel 4.23 Correlations.....	92

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Grafik Gambaran Umum Persepsi Kualitas Pelayanan Plasa Telkom.....	74
Grafik 4.2	Grafik Gambaran Umum Dimensi Bukti Langsung (<i>Tangible</i>) Plasa Telkom.....	75
Grafik 4.3	Grafik Gambaran Umum Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>) Plasa Telkom.....	77
Grafik 4.4	Grafik Gambaran Umum Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Plasa Telkom.....	78
Grafik 4.5	Grafik Gambaran Umum Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>) Plasa Telkom.....	80
Grafik 4.6	Grafik Gambaran Umum Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>) Plasa Telkom.....	81
Grafik 4.7	Grafik Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Bandung.....	83
Grafik 4.8	Grafik Gambaran Umum Dimensi Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Make Regular Repeat Purchases</i>).....	84
Grafik 4.9	Grafik Gambaran Umum Dimensi Membeli Di Luar Lini Produk/Jasa (<i>Purchases Across Product And Service Lines</i>).....	86
Grafik 4.10	Grafik Gambaran Umum Dimensi Merekomendasikan Produk Ke Orang Lain (<i>Refers Other</i>).....	88
Grafik 4.11	Grafik Gambaran Umum Dimensi Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Pesaing (<i>Demonstates An Immunity To The Full Of The Competition</i>).....	90

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Deskripsi Pelanggan Internet Speedy.....	116
2. Instrument Penelitian.....	118
3. Uji Validitas Item Dan Realibilitas.....	125
4. Uji Asumsi Statistik Parametris.....	129
5. Hasil Deskripsi Data.....	132
6. Uji Korelasi.....	136
7. Data Penelitian.....	138
8. Surat_Surat Penelitian.....	151

