

DAFTAR ISI

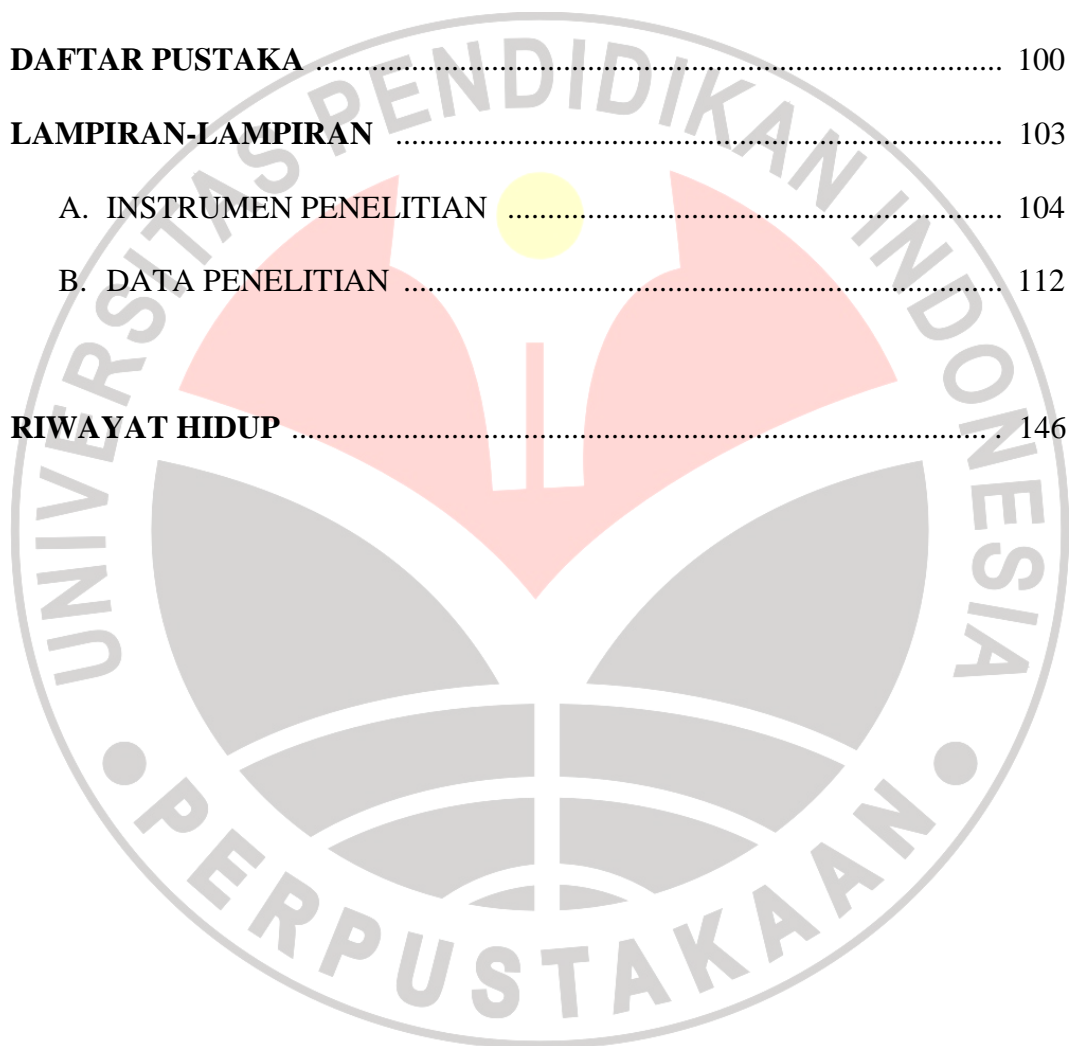
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Hipotesis	11
F. Metode Penelitian	11
G. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Perilaku Konsumen	13
1. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2. Kebutuhan Konsumen	14

3. Motif dan Motivasi Konsumen	16
B. Kepuasan Pelanggan	17
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2. Harapan Pelanggan	19
3. Persepsi	19
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	20
5. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	22
C. Pelayanan	24
1. Pengertian pelayanan	24
2. Karakteristik pelayanan	25
3. Klasifikasi Pelayanan	26
4. Kualitas Pelayanan	30
5. Dimensi Kualitas Pelayanan	31
D. Loyalitas Pelanggan	32
1. Definisi Loyalitas pelanggan	32
2. Karakteristik Loyalitas	34
3. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	34
4. Tahap Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	36
E. Hasil Penelitian Sebelumnya	40
F. Kerangka Berpikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan Penelitian	44

B. Metode Penelitian	44
C. Teknik Sampling	45
D. Sampel Penelitian	46
E. Variabel Penelitian	46
F. Definisi Operasional Variabel	47
1. Kepuasan Pelayanan	47
2. Loyalitas Pelanggan	48
G. Instrumen Penelitian	48
1. Instrumen Kepuasan Pelayanan	49
2. Instrumen Loyalitas Pelanggan	51
H. Tahap Uji Coba Instrumen	53
1. Uji Validitas Isi	53
2. Uji Reliabilitas Item	54
3. Uji Validitas Item	55
4. Uji Reliabilitas Kuesioner	57
I. Kategori Skala	58
J. Teknik Analisis	59
1. Uji Normalitas	59
2. Uji Linieritas	62
3. Uji Korelasi	62
4. Koefisien Determinasi	63
5. Uji Regresi Linier Sederhana	64
K. Prosedur Penelitian	65

1. Tahap Persiapan	65
2. Tahap Pelaksanaan	66
3. Tahap Pengolahan	66
4. Tahap Pembahasan	66
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
A. Profil Perusahaan X-Trans	68
B. Hasil Penelitian	68
1. Gambaran Umum Kepuasan Pelayanan	69
2. Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan	79
3. Hubungan Antara Kepuasan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan ..	88
4. Kontribusi Kepuasan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan	89
C. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Gambaran Umum Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan di Bumi X-Trans	90
2. Gambaran Umum Tingkat Loyalitas Pelanggan Bumi X-Trans	92
3. Hubungan Antara Kepuasan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan di X-Trans Bandung ..	94
4. Kontribusi Kepuasan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Bumi X-Trans Bandung	95
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	96
A. Kesimpulan	96

B. Rekomendasi	97
1. Bagi Pihak X-Trans	97
2. Bagi Prusahaan Jasa Lainnya	98
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103
A. INSTRUMEN PENELITIAN	104
B. DATA PENELITIAN	112
RIWAYAT HIDUP	146



DAFTAR TABEL

Tabel

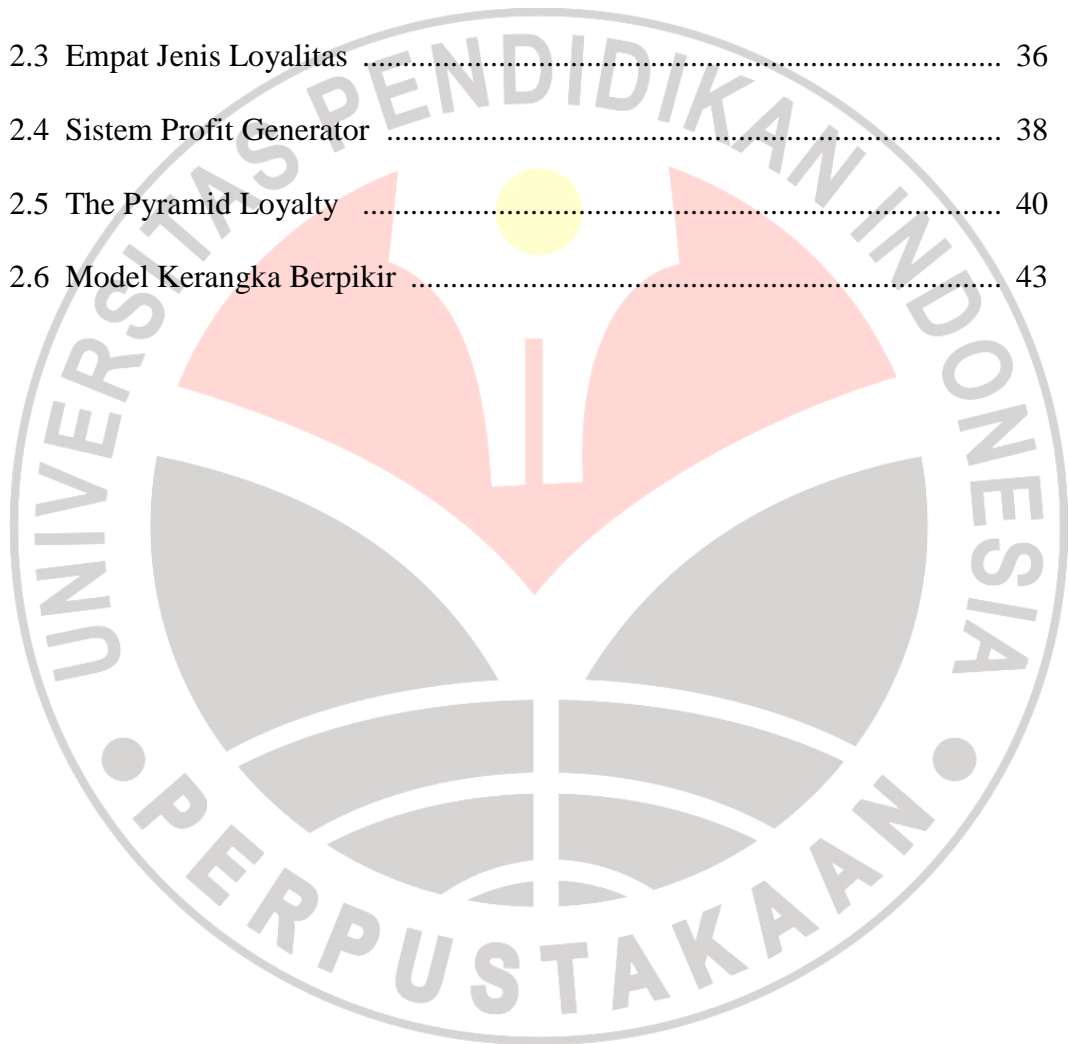
1.1	Beberapa Nama <i>Shuttle Service Point-To-Point</i> Rute Bandung-Jakarta di Kota Bandung Tahun 2009	4
3.1	Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelayanan	50
3.2	Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	52
3.3	Item-item Reliabel Instrumen Kepuasan Pelayanan	55
3.4	Item-item Reliabel Instrumen Loyalitas Pelanggan	55
3.5	Item-item Valid Instrumen Kepuasan Pelayanan	56
3.6	Item-item Valid Instrumen Loyalitas Pelanggan	57
3.7	Reliabilitas Instrumen Kepuasan Pelayanan	58
3.8	Reliabilitas Instrumen Loyalitas Pelanggan	58
3.9	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	60
3.10	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	63
4.1	<i>Descriptive Statistics</i> Kepuasan Pelayanan	69
4.2	Kategorisasi Kepuasan Pelayanan	70
4.3	<i>Descriptive Statistics</i> Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	71
4.4	Kategorisasi Dimensi Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	72
4.5	<i>Descriptive Statistics</i> Keandalan (<i>Reliability</i>)	73
4.6	Kategorisasi Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	73
4.7	<i>Descriptive Statistics</i> Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	74
4.8	Kategorisasi Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	75

4.9	<i>Descriptive Statistics</i> Jaminan (<i>Assurance</i>)	76
4.10	Kategorisasi Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)	76
4.11	<i>Descriptive Statistics</i> Empati (<i>Empathy</i>)	77
4.12	Kategorisasi Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)	78
4.13	<i>Descriptive Statistics</i> Loyalitas Pelanggan	79
4.14	Kategorisasi Loyalitas Pelanggan	80
4.15	<i>Descriptive Statistics</i> Melakukan Pembelian Secara Teratur	81
4.16	Kategorisasi Dimensi Melakukan Pembelian Secara Teratur	82
4.17	<i>Descriptive Statistics</i> Membeli Antar Lini Produk / Jasa	83
4.18	Kategorisasi Dimensi Membeli Antar Lini Produk / Jasa	84
4.19	<i>Descriptive Statistics</i> Merekomendasikan Kepada Orang Lain	85
4.20	Kategorisasi Dimensi Merekomendasikan Kepada Orang Lain	85
4.21	<i>Descriptive Statistics</i> Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing	86
4.22	Kategorisasi Dimensi Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing	87
4.23	Correlations	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Hierarki Kebutuhan dari Abraham Maslow	15
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	18
2.3 Empat Jenis Loyalitas	36
2.4 Sistem Profit Generator	38
2.5 The Pyramid Loyalty	40
2.6 Model Kerangka Berpikir	43



DAFTAR GRAFIK

Grafik

3.1 Grafik Normalitas Kepuasan Pelayanan	61
3.2 Grafik Normalitas Loyalitas Pelanggan	61
4.1 Kepuasan Pelanggan	70
4.2 Dimensi Bukti Langsung	72
4.3 Dimensi Keandalan	74
4.4 Dimensi Daya Tanggap	75
4.5 Dimensi Jaminan	77
4.6 Dimensi Empati	78
4.7 Loyalitas Pelanggan	80
4.8 Melakukan Pembelian Secara Teratur	82
4.9 Membeli Antar Lini Produk / Jasa	84
4.10 Merekomendasikan Kepada Orang Lain	86
4.11 Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing	88