

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Jasa	18
2.1.1.1 Karakteristik Jasa	19
2.1.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	21
2.1.2 Diferensiasi	22

2.1.2.1	Strategi Generik	22
2.1.2.2	Pengertian Diferensiasi	27
2.1.2.3	Jenis Diferensiasi	28
2.1.2.4	Kriteria Diferensiasi	34
2.1.2.5	Tahapan Membangun Diferensiasi	35
2.1.3	Loyalitas Pelanggan	36
2.1.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	36
2.1.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	38
2.1.3.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	40
2.1.3.4	Jenis Loyalitas Pelanggan	40
2.1.3.5	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	43
2.1.3.6	Keuntungan Loyalitas Pelanggan	46
2.1.4	Pengaruh Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	47
2.2	Kerangka Pemikiran	48
2.3	Hipotesis	57

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	58
3.2	Metode dan Desain Penelitian	58
3.2.1	Metode Penelitian	58
3.2.2	Desain Penelitian	59
3.3	Operasionalisasi Variabel	60
3.4	Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.1	Jenis Data	63

3.4.2	Sumber Data	63
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	64
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	64
3.5.1	Populasi	64
3.5.2	Sampel	65
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	67
3.6	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	67
3.6.1	Rancangan Analisis Data.....	67
3.6.2	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	68
3.6.2.1	Pengujian Validitas.....	68
3.6.2.2	Pengujian Reliabilitas	71
3.6.3	Teknik Analisis Data	72
3.6.4	Koefisien Determinasi	77
3.6.5	Uji Hipotesis	77
BAB IV PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	80
4.1.1	Profil Perusahaan.....	80
4.1.2	Gambaran Perusahaan	80
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	82
4.1.4	Produk dan Layanan Perusahaan.....	83
4.1.5	Cabang Keberangkatan Xtrans	83
4.1.6	Penerapan Diferensiasi Pada Xtrans.....	85
4.1.7	Cabang Last Minute Point.....	87

4.1.8	Kartu Keanggotaan Pelanggan Setia Xtrans.....	87
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	88
4.2.1	Karakteristik Responden	88
4.2.2	Pengalaman Responden.....	94
4.3	Gambaran Variabel Penelitian	95
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi	95
4.3.1.1	Diferensiasi Produk	95
4.3.1.2	Diferensiasi Pelayanan	103
4.3.1.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi Xtrans.	109
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	111
4.3.2.1	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	117
4.3.2.2	Tingkatan Loyalitas Pelanggan Xtrans.....	120
4.4	Hasil Pengujian Statistik.....	121
4.4.1	Uji Asumsi Regresi.....	121
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	127

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	132
5.2	Saran	133

DAFTAR PUSTAKA	xv
-----------------------------	----

LAMPIRAN

IRMA ROSITA , 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

DAFTAR TABEL

1.1	Daftar Perusahaan Angkutan AJAP.....	3
1.2	Jumlah Penumpang Perusahaan Travel Jenis Shuttle Service di Bandung Periode Tahun 2007-2010	5
1.3	Perbandingan Jumlah Penumpang Xtrans di cabang keberangkatan Xtrans di Bandung	6
1.4	Pemegang Kartu Keanggotaan Pelanggan Setia Xtrans Di cabang Last Minute Point Periode Tahun 2009-2011	8
2.1	Jenis Loyalitas Pelanggan	41
3.1	Operasionalisasi Variabel	61
3.2	Populasi Pelanggan Xtrans di Cabang Last Minute Point Bandung	65
3.3	Pola Skoring Skala Lima	68
3.4	Hasil Pengujian Validitas Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	72
3.6	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	76
3.7	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Determinasi.....	77
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	89
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	91
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Media Mengetahui Xtrans di Cabang Last Minute Point	92

4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota Kartu Pelanggan Setia Xtrans	93
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Xtrans Per Bulan Di Cabang Last Minute Point	94
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Travel Jenis Shuttle Service Lain Yang Sering Digunakan Selain Xtrans	94
4.9	Tanggapan Responden Mengenai Konsep Cabang Last Minute Point Sebagai Alternatif Solusi Keterlambatan Penumpang.....	97
4.10	Tanggapan Responden Mengenai Konsep Layanan Cabang Last Minute Point yang Berbeda dengan Travel Lain	98
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan Bagi Penumpang Yang Sedang Tergesa-gesa dan terlambat.....	99
4.12	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Pelayanan di Cabang Last Minute Point dengan Promosi yang Dilakukan Xtrans	100
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Pembelian Tiket di Cabang Last Minute Point	103
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Pelayanan Pemesanan Tiket dan Proses Pengiriman Penumpang.....	104
4.15	Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Penempatan Lokasi Cabang dengan Konsep Cabang Last Minute Point	105
4.16	Tanggapan Responden Mengenai Sosialisasi Pemberian Informasi tentang Penggunaan Fasilitas Last Minute Point	106

4.17	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Karyawan Xtrans Menanggapi Permintaan dan Masalah Keterlambatan Penumpang	107
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Ucapan di Cabang Last Minute Point.....	108
4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi Xtrans.....	109
4.20	Tanggapan Frekuensi Responden Mengenai Melakukan Pembelian Secara Teratur.....	112
4.21	Tanggapan Responden Mengenai Membeli Diluar Lini Produk dan Jasa	113
4.22	Tanggapan Responden Mengenai Mereferensikan Kepada Orang Lain	114
4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing.....	116
4.24	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	117
4.25	Tingkatan Loyalitas Pelanggan Xtrans Menurut Griffin.....	125
4.26	Tolak Ukur Multikolinearitas	123
4.27	Output ANOVA.....	124
4.28	Output Pengaruh Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	124
4.29	Output Koefisien Regresi	126

DAFTAR GAMBAR

1.1	Gambaran Kepemilikan Kartu keanggotaan Pelanggan Setia Xtrans di Cabang Last Minute Point tahun 2011	9
1.2	Gambaran Tingkat Penggunaan Jasa Travel Xtrans Pada Pelanggan Xtrans di Cabang Last Minute Point tahun 2011	9
1.3	Gambaran Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Ketersediaan Kendaraan di Cabang Last Minute Point tahun 2011	9
2.1	Strategi Generik Porter	25
2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	40
2.3	Profit Generator System	45
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh Diferensiasi Terhadap Loyalitas	56
2.5	Paradigma Penelitian	57
4.1	Hasil Kontinum Diferensiasi Xtrans	111
4.2	Hasil Kontinum Loyalitas Pelanggan Xtrans	118
4.3	Piramida Loyalitas Pelanggan Xtrans di Cabang Last Minute Point	120
4.4	Uji Asumsi Normalitas	122
4.5	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	123