

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.1.1 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	18
2.1.2 Komitmen ( <i>Commitment</i> ).....	24
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	29
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	29
2.1.3.2 Perspektif Loyalitas .....	30
2.1.3.3 Karakteristik Pelanggan yang Loyal .....	31
2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas .....	32
2.1.3.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.4 Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran .....	41
2.3 Hipotesis Penelitian .....	53

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	57
3.2 Metode Penelitian .....	58
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	63
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	65
3.2.4.1 Populasi.....	65
3.2.4.2 Sampel.....	67
3.2.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	67
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	68
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	68
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	72
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	74
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	75
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	76
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis.....	79
3.2.7.4 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	93

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

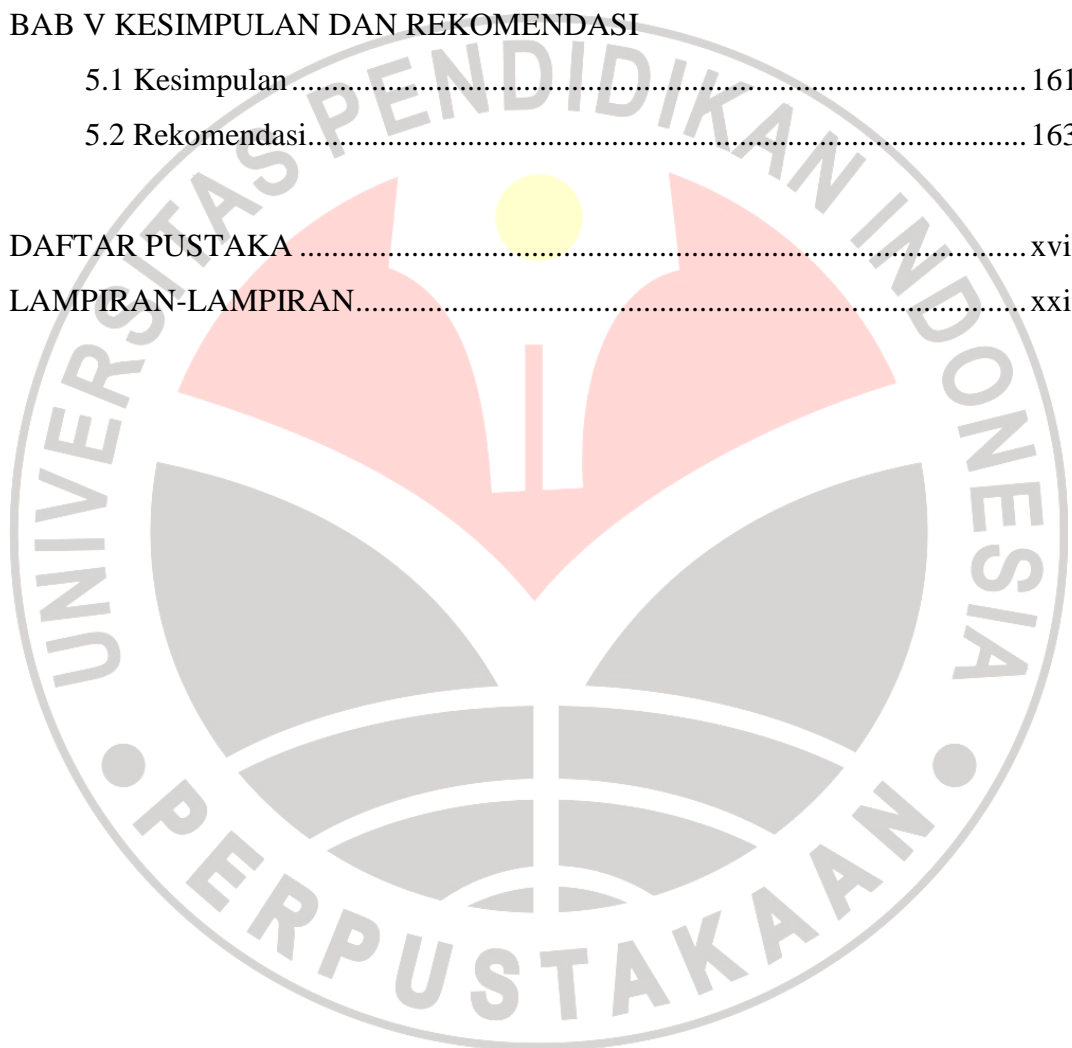
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan Central Travel Services Bandung ...	94
4.1.1 Profil Perusahaan.....	94
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	94
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	95
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan .....	96
4.1.2 Profil Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	98
4.1.2.1 Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung Dilihat dari Produk dan Jasa yang Digunakan .....	98
4.1.2.2 Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung Dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia.....	100

4.1.2.3 Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung Dilihat dari Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan .....	102
4.1.2.4 Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung Dilihat dari Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Jasa Central Travel Services Bandung.....	104
4.1.2.5 Alasan Pelanggan Menggunakan Produk dan Jasa Central Travel Services Bandung .....	106
4.2 Gambaran <i>Trust</i> di Central Travel Services Bandung.....	108
4.2.1 <i>Shared Value</i> .....	111
4.2.2 <i>Interdependence</i> .....	113
4.2.3 <i>Quality Communication</i> .....	115
4.2.4 <i>Non Opportunistic Behaviour</i> .....	118
4.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Trust</i> pada Central Travel Services Bandung .....	106
4.3 Gambaran <i>Commitment</i> di Central Travel Services Bandung.....	122
4.3.1 <i>Calculative Commitment</i> .....	124
4.3.2 <i>Affective Commitment</i> .....	126
4.3.3 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Commitment</i> pada Central Travel Services Bandung.....	129
4.4 Gambaran Loyalitas Pelanggan di Central Travel Services Bandung..	130
4.4.1 <i>Repeat Purchase</i> .....	133
4.4.2 <i>Purchase Accroas Line Product</i> .....	135
4.4.3 <i>Recommendation Refers Other</i> .....	137
4.4.4 <i>Refuse Immunity</i> .....	139
4.4.5 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Loyalitas Central Travel Services Bandung .....	141
4.5 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	143
4.6 Pengaruh <i>Commitment</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	148

4.7 Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	152
4.8 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	157
4.8.1 Implikasi Penelitian Bersifat Teoritik .....	157
4.8.2 Implikasi Penelitian Bersifat Empirik .....	159

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan.....	161
5.2 Rekomendasi.....	163
DAFTAR PUSTAKA .....	xvii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xxii



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
1.1	Kunjungan Wisatawan Di Asean .....	2
1.2	Rata-Rata Pendapatan Per Hari Dari Sektor Pariwisata Indonesia .....	4
1.3	Potensi Wisata Provinsi Jawa Barat .....	5
1.4	Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2002-2008 .....	6
1.5	Pertumbuhan Jumlah Usaha Pariwisata di Kota Bandung .....	8
1.6	Perusahaan Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung .....	11
2.1	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	39
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	59
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	64
3.3	Populasi Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	66
3.4	Hasil Pengujian Validitas .....	66
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	74
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden .....	76
3.7	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif dan Negatif .....	77
3.8	Alternatif Jawaban Tiap Item Pertanyaan .....	78
4.1	Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung dilihat dari Produk yang sering digunakan .....	98
4.2	Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia .....	100
4.3	Jenis Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung dilihat dari Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir .....	102
4.4	Jenis Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung dilihat dari Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Jasa Central Travel Services Bandung .....	104
4.5	Alasan Pelanggan Menggunakan Produk dan Jasa Central Travel Services Bandung .....	106

4.6	Keterkaitan antara <i>Trust</i> dengan Produk yang sering Digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	110
4.7	Tanggapan Pelanggan Central Travel Services Bandung Terhadap <i>Shared Value</i> .....	111
4.8	Tanggapan Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung Terhadap <i>Interdependence</i> .....	113
4.9	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Quality Communication</i> .....	116
4.10	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Non Opportunistic Behaviour</i> .....	118
4.11	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Tentang <i>Trust</i> Central Travel Services Bandung .....	121
4.12	Keterkaitan antara <i>Commitment</i> dan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	121
4.13	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Calculative Commitment</i> .....	124
4.14	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Affective Commitment</i> .....	125
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Tentang <i>Commitment</i> Jasa Central Travel Services Bandung .....	129
4.16	Keterkaitan Antara Loyalitas dan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	132
4.17	Tanggapan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Produk dan Jasa .....	133
4.18	Tanggapan Pelanggan Terhadap Pembelian Diluar Lini Produk.....	135
4.19	Tanggapan Pelanggan Terhadap Merekomendasikan Kepada Orang Lain .....	137
4.20	Tanggapan Pelanggan Terhadap Menolak Menggunakan Produk Pesaing .....	139
4.21	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Loyalitas Central Travel Services Bandung.....	141
4.22	Matriks Korelasi antara Sub Variabel <i>Trust</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	143
4.23	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	145

4.24	Matriks Korelasi antara Sub Variabel <i>Commitment</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	148
4.25	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Commitment</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	149
4.26	Matriks Korelasi antara Variabel <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	152
4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	153



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
1.1	Pangsa Pasar Central Travel Services Bandung .....	10
2.1	<i>The Loyalty Pyramid</i> .....	36
2.2	Kerangka Pemikiran .....	52
2.3	Paradigma Penelitian .....	53
3.1	Struktur Kausal antara $X_1$ , $X_2$ dan $Y$ .....	81
3.2	Diagram Jalur Hipotesis I .....	82
3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis I .....	82
3.4	Diagram Jalur Hipotesis II .....	86
3.5	Jalur Sub Struktur Hipotesis II .....	86
3.6	Diagram Jalur Hipotesis III .....	90
3.7	Jalur Sub Struktur Hipotesis III .....	90
4.1	Struktur Organisasi Central Travel Services Bandung .....	95
4.2	Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung dilihat dari Produk yang sering digunakannya .....	99
4.3	Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	101
4.4	Jenis Pelanggan Jasa Central Travel Services Bandung dilihat dari Pendidikan dan Pendidikan Terakhir .....	103
4.5	Jenis Pelanggan Central Travel Services Bandung dilihat dari Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Jasa Central Travel Services Bandung .....	105
4.6	Alasan Pelanggan Memilih Produk dan Jasa Central Travel Services Bandung .....	108
4.7	Keterkaitan antara <i>Shared Value</i> dan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	113
4.8	Keterkaitan antara <i>Interdependence</i> dengan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	115



4.9	Keterkaitan antara <i>Quality Communication</i> dengan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	118
4.10	Keterkaitan antara <i>Non Opportunistic Behaviour</i> dengan Produk yang sering digunakan oleh Pelanggan Central Travel Services Bandung ...	120
4.11	Keterkaitan antara Keterkaitan antara <i>Calculative Commitment</i> dengan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung .....	126
4.12	Keterkaitan antara <i>Affective Commitment</i> dengan Produk yang sering digunakan Pelanggan Central Travel Services Bandung.....	128
4.13	Keterkaitan antara Pembelian Ulang dengan Produk yang sering digunakan .....	135
4.14	Keterkaitan antara Pembelian Ulang Diluar Lini Produk dengan Produk yang sering digunakan .....	136
4.15	Keterkaitan antara Merekomendasikan kepada Orang Lain dengan Produk yang sering digunakan .....	138
4.16	Keterkaitan antara Menolak Produk Pesaing dengan Produk yang sering digunakannya.....	141
4.17	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 1 .....	144
4.18	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 2.....	149
4.19	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 3.....	153



