

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Teoritis	15
1.4.2 Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 <i>Assurance</i> dalam Pemasaran Jasa Biro Perjalanan Wisata	16
2.1.2.1 Konsep Pemasaran Jasa	16
2.1.2.2 Konsep Kualitas Layanan	24
2.1.2.3 Konsep Biro Perjalanan Wisata	30
2.1.2.4 Konsep <i>Assurance</i>	34
2.1.2 Loyalitas Pelanggan dalam Pemasaran Jasa Biro Perjalanan	
Wisata	41
2.1.2.1 Konsep Loyalitas Pelanggan	41
2.1.2.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	43
2.1.2.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	46

Desi Aryanti, 2012

Pengaruh Assurance terhadap loyalitas pelanggan corporate tiket maskapai penerbangan domestik PT. Interlink Tours and Travel Bandung.

3.1.2.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan	49
3.1.2.5 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	50
3.1.2.6 Keuntungan Memiliki Pelanggan Loyal	53
2.1.3 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	54
2.1.4 Resume Penelitian Pendahulu dan Orisinalitas Penelitian	59
2.2 Kerangka Pemikiran	60
2.3 Hipotesis	66
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	68
3.1 Objek Penelitian	68
3.2 Metode Penelitian	68
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	68
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	69
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	74
3.2.4 Populasi dan Sampel	76
3.2.4.1 Populasi	76
3.2.4.2 Sampel	77
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	77
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	79
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	79
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	82
3.2.7 Analisis Data dan Hipotesis	85
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	85
3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif	86
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	95
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan PT. <i>Interlink Tours and Travel</i> Bandung	95
4.1.1 Profil Perusahaan	95
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	95
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	98
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	99

Desi Aryanti, 2012

Pengaruh *Assurance* terhadap loyalitas pelanggan corporate tiket maskapai penerbangan domestik PT. *Interlink Tours and Travel* Bandung.

4.1.2 Profil Pelanggan <i>Corporate</i> Interlink	101
4.1.2.1 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Jenis Perusahaan	101
4.1.2.2 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tiket	102
4.1.2.3 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Tiket Maskapai yang Dipilih	103
4.1.2.4 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Penggunaan Jasa Interlink dan Perusahaan Jasa lain	105
4.1.2.5 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Tujuan Menggunakan Interlink	106
4.1.2.6 Profil Pelanggan Interlink Berdasarkan Alasan Menggunakan Interlink	107
4.2 Gambaran Program <i>Assurance</i> di Interlink	109
4.2.1 Tanggapan Pelanggan terhadap <i>Communication</i>	109
4.2.2 Tanggapan Pelanggan terhadap <i>Credibility</i>	110
4.2.3 Tanggapan Pelanggan terhadap <i>Security</i>	111
4.2.4 Tanggapan Pelanggan terhadap <i>Competence</i>	112
4.2.5 Tanggapan Pelanggan terhadap <i>Courtesy</i>	114
4.2.6 Rekapitulasi Pelanggan terhadap Program <i>Assurance</i>	115
4.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan <i>Corporate</i> Interlink.....	117
4.3.1 <i>Behavior</i>	117
4.3.2 <i>Attitude</i>	118
4.3.3 Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan <i>Corporate</i>	118
4.4 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Interlink	120
4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Regresi	120
4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas	120
4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	122
4.4.1.3 Hasil Uji asumsi Heterokedasitas	122
4.4.1.4 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	123

Desi Aryanti, 2012

Pengaruh Assurance terhadap loyalitas pelanggan corporate tiket maskapai penerbangan domestik PT. Interlink Tours and Travel Bandung.

4.4.1.5	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F)	124
4.4.1.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi secara Parsial (Uji t)	125
4.4.1.7	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Assurance terhadap Loyalitas Pelanggan	127
4.5	Implikasi Hasil Penelitian	128
4.5.1	Temuan Penelitian bersifat Teoritik	128
4.5.2	Temuan Penelitian bersifat Empirik	129
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	131
5.1	KESIMPULAN	131
5.2	REKOMENDASI	132
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

Desi Aryanti, 2012

Pengaruh Assurance terhadap loyalitas pelanggan corporate tiket maskapai penerbangan domestik PT. Interlink Tours and Travel Bandung.

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu