

DAFTAR ISI

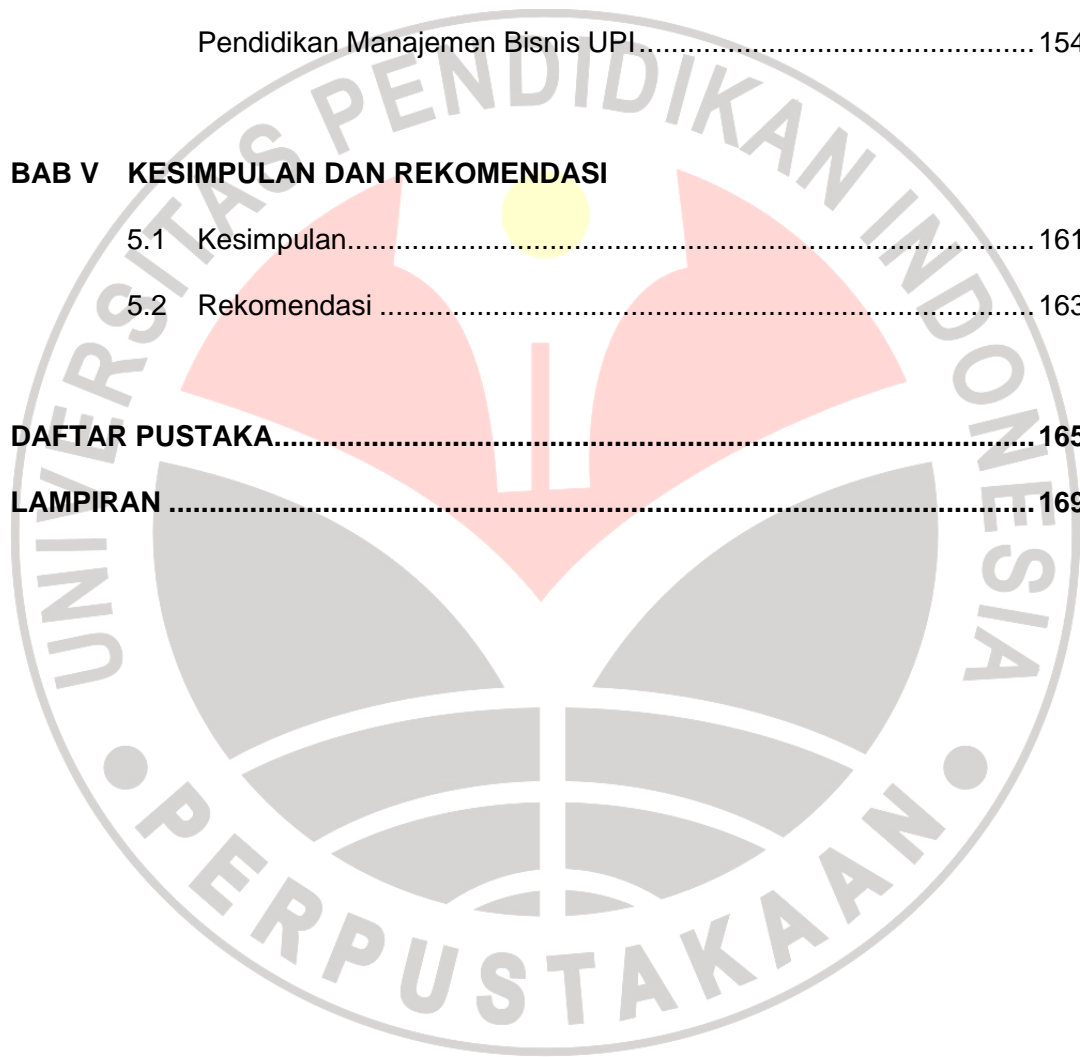
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	16
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 <i>Customer Delight</i>	20
2.1.1.1 <i>Customer Delight</i> dalam CRM	20

2.1.1.2 Konsep <i>Customer Delight</i>	24
2.1.1.3 Pengertian <i>Customer Delight</i>	31
2.1.1.4 Dimensi <i>Customer Delight</i>	33
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	35
2.1.2.1 Konsep <i>Customer Loyalty</i>	35
2.1.2.2 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	35
2.1.2.3 Perspektif Loyalitas	37
2.1.2.4 Karakteristik Loyalitas	38
2.1.2.5 Aspek yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	40
2.1.2.6 Jenis-Jenis Loyalitas	42
2.1.2.7 Tahapan Loyalitas Pelanggan	44
2.1.3 Pengaruh <i>Customer Delight</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	50
2.2 Kerangka Pemikiran	54
2.3. Hipotesis	59
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian.....	61
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	61
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	63
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	68

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	70
3.2.4.1 Populasi.....	70
3.2.4.2 Sampel.....	71
3.2.4.3 Teknik Sampel.....	75
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	79
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	79
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	85
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	87
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	88
3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan <i>Path Analysis</i>	89
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan <i>Member</i> Nadhira Rumah Lulus.....	96
4.1.1 Profil Perusahaan.....	96
4.1.1.1 Visi, Misi dan Identitas Perusahaan.....	97
4.1.1.2 Produk dan Layanan Nadhira Rumah Lulus.....	98
4.1.1.3 Program <i>Customer Delight</i> Nadhira Rumah Lulus.....	99
4.1.2 Profil <i>Member</i> Nadhira Rumah Lulus.....	102
4.1.2.1 Lamanya Menjadi <i>Member</i>	102
4.1.2.2 Pendidikan dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	106

4.1.2.3 Pekerjaan dan Uang Saku Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	109
4.1.2.4 Pekerjaan dan Penghasilan Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	111
4.1.2.5 Status dan Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i> Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	113
4.1.2.6 Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i> dan Uang Saku Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	115
4.1.2.7 Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i> dan Penghasilan Dikaitkan dengan Lamanya Menjadi <i>Member</i>	117
4.1.2.8 Alasan <i>Member</i> Memilih <i>Treatment</i> di Nadhira Rumah Lulur	120
4.2 Tanggapan <i>Member</i> terhadap Pelaksanaan Program <i>Customer</i> <i>Delight</i> Nadhira Rumah Lulur.....	124
4.2.1 Tanggapan Pelanggan atas Dimensi-dimensi <i>Customer</i> <i>Delight</i> Nadhira Rumah Lulur	126
4.3 Tanggapan <i>Member</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Nadhira Rumah Lulur.....	138
4.3.1 Tanggapan Pelanggan atas Dimensi-dimensi <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> Nadhira Rumah Lulur.....	138
4.4 Pengaruh <i>Customer Delight</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	144
4.4.1 Pengujian Simultan	144
4.4.2 Pengujian Parsial	145

4.5	Implikasi Hasil Penelitian	150
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	150
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris	152
4.6	Implikasi Hasil Penelitian <i>Customer Delight</i> Pada Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis UPI.....	154
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan.....	161
5.2	Rekomendasi	163
DAFTAR PUSTAKA.....		165
LAMPIRAN		169



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
Tabel		
1.1	<i>Market Share</i> Jasa Perawatan Kecantikan	4
1.2	Alasan Memilih Tempat Jasa Perawatan Kecantikan.....	6
1.3	Jumlah Kunjungan Nadhira Periode 2009 – 2010	7
1.4	Jumlah <i>Member</i> Baru Nadhira Periode 2009 – 2010	7
1.5	Jumlah Terkecil Kunjungan dan Perekrutan <i>Member</i> Baru Nadhira.....	8
1.6	Pra Penelitian Jumlah Jasa Perawatan Kecantikan Dipercaya.....	9
1.7	Promo Bulanan Nadhira Rumah Lulus Oktober 2010-September 2011....	12
1.8	Program Paket Nadhira Rumah Lulus	13
1.9	Paket Perawatan “Hemat” Nadhira Rumah Lulus	14
1.10	Penghargaan <i>Member</i> Nadhira Rumah Lulus.....	14
2.1	Respon Pelanggan dan Kognisi-Emosi.....	29
2.2	Definisi <i>Customer Delight</i> Dari Beberapa Ahli.....	31
2.3	<i>Customer Delight Indicators</i>	34
2.4	Definisi <i>Customer Loyalty</i>	35
2.5	Orisinalitas Penelitian	50
3.1	Operasionalisasi Variabel	64
3.2	Jenis dan Sumber Data	69
3.3	Interprestasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	81
3.4	Hasil Pengujian Validitas <i>Customer Delight</i>	82

3.5	Hasil Pengujian Validitas <i>Customer Loyalty</i>	84
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	86
3.7	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	89
3.8	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	95
3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	95
4.1	Pelayanan Perawatan Nadhira Rumah Lulur	98
4.2	Keterkaitan Antara Pendidikan dan Pekerjaan.....	107
4.3	Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Uang Saku.....	110
4.4	Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Penghasilan.....	112
4.5	Keterkaitan Antara Status dan Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i>	114
4.6	Keterkaitan Antara Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i> dan Uang Saku.....	116
4.7	Keterkaitan Antara Nominal Pengeluaran <i>Treatment</i> dan Penghasilan....	118
4.8	Alasan Memilih <i>Treatment</i> di Nadhira Rumah Lulur	120
4.9	Alasan Memilih <i>Treatment</i> di Nadhira Rumah Lulur Dikelompokan Berdasarkan Lamanya Bergabung.....	123
4.10	<i>Justice</i> Dalam Program <i>Customer Delight</i> Nadhira Rumah Lulur.....	126
4.11	<i>Esteem</i> Dalam Program <i>Customer Delight</i> Nadhira Rumah Lulur.....	130
4.12	<i>Finishing Touch</i> Dalam Program <i>Customer Delight</i> Nadhira Rumah Lulur	133
4.13	Rekapitulasi Skor Penilaian <i>Customer Delight</i>	135
4.14	Loyalitas <i>Member</i> Nadhira Rumah Lulur.....	139
4.15	Rekapitulasi Skor Penilaian <i>Customer Loyalty</i>	141
4.16	Pengujian Secara Simultan.....	144

4.17	Matriks Korelasi Antara <i>Customer Delight</i> (X) dengan <i>Customer Loyalty</i> (Y)	145
4.18	Pengujian Parsial.....	147
4.19	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	149



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
Gambar		
1.1	Tingkat Perekonomian Indonesia Tahun 2011	1
1.2	Pertumbuhan Pasar <i>Skin Care</i> Dan Spa di Indonesia Tahun 2007-2010... 3	3
2.1	<i>Development In Marketing</i>	20
2.2	<i>Customer Delight</i> Berdasarkan Kualitas Pelayanan.....	26
2.3	<i>Delight Curve</i>	27
2.4	<i>What Affects Customer Loyalty</i>	41
2.5	Empat Jenis Loyalitas.....	42
2.6	<i>The Pyramid Loyalty</i>	46
2.7	<i>The Customer Pyramid</i>	47
2.8	Kerangka Pemikiran	58
2.9	Paradigma Penelitian.....	59
3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y	89
3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....	90
3.3	Diagram Jalur Substruktur Hipotesis.....	91
4.1	Karakteristik <i>Member</i> Nadhira Rumah Lulus Berdasarkan Periode Lama Bergabung Menjadi <i>Member</i>	103
4.2	<i>Pyramid Loyalty Member</i> Nadhira Rumah Lulus.....	142
4.3	Diagram Jalur Hipotesis Pengaruh <i>Customer Delight</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Nadhira Rumah Lulus	147

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Curriculum Vitae* (CV)
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Koding Karakteristik dan Pengalaman *Member* Nadhira Rumah Lulus
- Lampiran 4 Koding Variabel X (*customer delight*)
- Lampiran 5 Koding Variabel Y (*customer loyalty*)
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (*Customer Delight*)
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (*Customer Loyalty*)
- Lampiran 8 Daerah Kontinum *Customer Delight* dan *Customer Loyalty*
- Lampiran 9 Pengujian *Path Analysis*
- Lampiran 10 Rencana Penyelesaian Penulisan Skripsi
- Lampiran 11 Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 13 Daftar Distribusi Tabel T
- Lampiran 14 Menentukan Nilai Interval