

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------|------|
| Halaman Judul..... | i |
| Sertifikasi | ii |
| Pengesahan Tesis | iii |
| Motto | iv |
| Persembahan | v |
| <i>Abstract</i> | vi |
| Abstrak | vii |
| Kata Pengantar | viii |
| Daftar Isi..... | x |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 14 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah | 15 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 15 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 16 |
| 1.3.3 Bagi Akademisi..... | 16 |
| 1.3.4 Bagi Perusahaan..... | 17 |
| 1.4 Asumsi-Asumsi Penting..... | 17 |
| 1.5 <i>Ouline</i> Tesis | 19 |

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN.....

| | |
|---------------------------------|----|
| 2.1 Telaah Pustaka | 21 |
| 2.1.1 Kualitas Layanan | 22 |
| 2.1.2 Kepuasan Pelanggan | 25 |
| 2.1.3 Persepsi Nilai | 27 |
| 2.1.4 Loyalitas Pelanggan | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2 Model dan Hipotesis | 30 |
| 2.2.1 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan | 31 |
| 2.2.2 Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Nilai | 32 |
| 2.2.3 Persepsi Nilai dan Loyalitas Pelanggan | 35 |
| 2.2.4 Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan | 35 |
| 2.3 Posisi Penelitian Dibandingkan Dengan Penelitian Terdahulu..... | 37 |
| 2.4 Definisi – Definisi Utama | 38 |
| 2.4.1 Kualitas Layanan..... | 38 |
| 2.4.2 Kepuasan Pelanggan | 39 |
| 2.4.3 Persepsi Nilai | 39 |
| 2.4.4 Loyalitas Pelanggan | 41 |
| 2.4.5 Model Penelitian Empirik | 42 |
| 2.4.6 Kerangka Pemikiran | 43 |
| 2.5 Simpulan Bab | 44 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 45 |
| 3.1 Jenis dan Sumber Data | 45 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 45 |
| 3.3 Definisi Operasi Variabel..... | 46 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 47 |
| 3.5 Teknik Analisis | 49 |
| 3.6 Simpulan Bab | 51 |
| BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN..... | 52 |
| 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif..... | 52 |
| 4.2 Proses dan Analisis / Komputasi Data | 52 |
| 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Perusahaan..... | 52 |
| 4.2.2 Responden Berdasarkan Jabatan Dalam Perusahaan | 53 |
| 4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas | 54 |
| 4.2.4 Uji Normalitas..... | 57 |
| 4.2.5 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian | 58 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian..... | 74 |
| 4.3.1 Uji Hipotesis Penelitian 1 | 75 |
| 4.3.2 Uji Hipotesis Penelitian 2 | 75 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis Penelitian 3 | 76 |
| 4.3.4 Uji Hipotesis Penelitian 4 | 76 |
| 4.3.5 Analisis Pengaruh | 77 |
| 4.4 Simpulan Bab | 81 |
| BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN | 84 |
| 5.1 Simpulan | 84 |
| 5.1.1 Ringkasan Penelitian..... | 84 |
| 5.1.2 Kesimpulan Hipotesis | 85 |
| 5.1.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 85 |
| 5.1.2.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Persepsi Nilai | 85 |
| 5.1.2.3 Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan | 86 |
| 5.1.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .. | 86 |
| 5.2 Implikasi Teoritis | 86 |
| 5.3 Implikasi Kebijakan | 88 |
| 5.3.1 Implikasi Kebijakan Dalam Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan..... | 88 |
| 5.3.2 Implikasi Manajerial Dalam Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Nilai | 89 |
| 5.3.3 Implikasi Manajerial Dalam Hubungan Antara Persepsi Nilai dan Kepuasan Pelanggan..... | 90 |
| 5.3.4 Implikasi Manajerial Dalam Hubungan Kepuasan dan Kepuasan Loyalitas Pelanggan..... | 91 |
| 5.4 Keterbatasan Penelitian..... | 93 |
| 5.5 Agenda Penelitian Mendatang | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |