DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO..... iii

ABSTRAK..... iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR..... xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

I. PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Identifikasi dan rumusan Masalah 6

1.2.1 Identifikasi Masalah 6

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Maksud danTujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian..... 8

1.4 Kegunaan Penelitian..... 9

1.4.1 Kegunaan Akademis 9

Halaman

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

1.5 Lokasi Penelitian..... 10

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 12

2.1 Kajian Pustaka..... 12

2.1.1 Jasa 12

2.1.2 Pengertian Jasa 12

2.1.3 Karakteristik Jasa..... 12

2.1.4 Jasa Travel..... 14

2.1.5 Komunikasi 15

2.1.5.1 Pengertian Komunikasi 15

2.1.5.2 Proses Komunikasi 16

2.1.5.3 Jenis Komunikasi..... 18

2.1.6 Komunikasi dari Mulut ke Mulut..... 19

2.1.6.1 Pengertian Komunikasi dari Mulut ke Mulut..... 19

2.1.6.2 Sifat Komunikasi dari Mulut ke Mulut 20

2.1.6.3 Unsur-unsur Komunikasi dari Mulut ke Mulut 23

2.1.6.4 Indikator Komunikasi dari Mulut ke Mulut 25

2.1.6.5 Manfaat Utama Komunikasi dari Mulut ke Mulut .. 26

2.1.7 Loyalitas Pelanggan..... 26

2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 26

2.1.7.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 27

2.1.7.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan 28

2.1.7.4 Pengelompokan Loyalitas 30

Halaman

2.1.7.5 Menjaga Loyalitas Pelanggan 33

2.1.7.6 Keuntungan Loyalitas Pelanggan 34

2.1.8 Hubungan *Word of Mouth Communication* terhadap Loyalitas Pelanggan 35

2.1.9 Penelitian Terdahulu 36

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 38

2.2.1 Kerangka Pemikiran 38

2.2.2 Hipotesis 42

III. METODE PENELITIAN 43

3.1 Objek Penelitian 43

3.2 Metode Penelitian 44

3.2.1 Desain Penelitian 45

3.2.2 Operasional Variabel 46

3.2.3 Metode Penarikan Sampel 48

3.2.3.1 Populasi 48

3.2.3.2 Sampel 49

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data 50

3.2.4.1 Jenis Data 50

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data 51

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis 52

3.2.5.1 Metode Analisis 52

Halaman

3.2.5.1.1 Transformasi Data Ordinal ke Data Interval 52
3.2.5.1.2 Uji Validitas 54
3.2.5.1.3 Uji Reliabilitas 57
3.2.5.1.4 Analisis Kualitatif 60
3.2.5.1.5 Analisis Kuantitatif 62
3.2.5.1.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana 62
3.2.5.1.5.2 Analisis Korelasi *Product Moment* 63
3.2.5.1.5.3 Analisis Determinasi 64
3.2.5.2 Perancangan Hipotesis 65
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 67
4.1 Hasil Penelitian 67
4.1.1 Sejarah Perusahaan 67
4.1.2 Struktur Perusahaan 70
4.1.3 Deskripsi Tugas 71
4.1.4 Aspek Perusahaan 72
4.2 Pembahasan Penelitian 73
4.2.1 Karekteristik Responden 73

Halaman

4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Komunikasi dari Mulut ke Mulut Pelanggan pada Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur di PT.Cipaganti Citra Graha Bandung 78

4.2.3 Tanggapan Loyalitas Pelanggan pada Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur 92

4.2.4 Komunikasi dari Mulut ke Mulut Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan 108

4.2.4.1 Analisis Regresi 108

4.2.4.2 Analisis Korelasi 111

4.2.4.3 Analisis Koefisien Determinasi 113

4.2.4.4 Perancangan Hipotesis 114

V. KESIMPULAN DAN SARAN 116

5.1 Keimpulan 116

5.2 Saran 118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR

No Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Jumlah Pelanggan Cipaganti *shuttle service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur Selama tiga bulan Pada Tahun 2010	5
1.2.	Jadwal Penelitian	11
2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	36
3.1.	Operasional Variabel.....	47
3.2.	Pengambilan Sampel *stratified random sampling*	50
3.3.	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Komunikasi dari Mulut ke mulut dan Loyalitas Pelanggan pada Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur	56
3.4.	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Komunikasi dari Mulut ke Mulut dan Loyalitas Pelanggan pada Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur	59
3.5.	Kriteria Pengklasifikasian Rentang Skor	62
3.6.	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ...	64
3.7.	Interpretasi Koefisien Determinasi	64
4.1.	Jenis Kelamin	74
4.2.	Usia	75
4.3.	Pekerjaan	76
4.4.	Pengeluaran Rata-rata Setiap Bulan	77
4.5.	Bersama Siapa Biasanya Responden Melakukan Perjalanan	78

4.6. Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Komentar Yang Baik Tentang Jasa Travel Cipaganti 80
4.7. Tanggapan Responden Mengenai Pernah Mengungkapkan Hal-Hal Yang Baik Tentang Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur 81
4.8. Tanggapan Responden Mengenai Akan Menceritakan Hal-Hal Yang Baik 82
4.9. Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Membicarakan 83
4.10. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Untuk Akan Menyarankan 84
4.11. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Untuk Mempengaruhi Orang Lain 85
4.12. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Untuk Meyakinkan Orang Lain 86
4.13. Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Merekomendasikan 87
4.14. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Untuk Memotivasi Orang Lain 88
4.15. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Mengajak Orang Lain Menggunakan Jasa Travel Cipaganti 89
4.16. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan membujuk orang lain 90

4.17. Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Mendorong 91
4.18. Jumlah Tanggapan Responden Tentang Komunikasi dari Mulut ke Mulut Yang Dilakukan Pelanggan Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur..... 92
4.19. Kriteria Pengklasifikasian Rentang Skor 94
4.20. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Untuk Selalu Menggunakan Jasa Travel Cipaganti..... 96
4.21. Tanggapan responden mengenai akan menambah frekuensi penggunaan jasa travel Cipaganti *shuttle service* 97
4.22. Jumlah jawaban Responden Mengenai Indikator Melakukan pembelian berulang secara teratur 98
4.23. Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Jasa Lain Yang Travel Cipaganti 99
4.24. Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Jasa Travel Bandara Cipaganti..... 100
4.25. Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Tingkat pembelian di luar lini produk dan Jasa 101
4.26. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Pernah Menginformasikan Jasa Travel Cipoaganti 102
4.27. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetujuan Akan Memberitahukan Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa Travel Cipaganti 103

4.27. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Tingkat mereferensikan kepada orang lain 104
4.28. Tanggapan Responden Mengenai Ketidakpercayaan Terhadap Jasa Travel Lain 105
4.29. Tanggapan Responden Mengenai Ketidakterikan Pelanggan Terhadap Jasa Travel Lain Selain Jasa Travel Cipaganti *Shuttle Service* 106
4.30. Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing 107
4.31. Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan yang dilakukan pelanggan Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur 108
4.32. Kriteria Pengklasifikasian Rentang Skor 110
4.33. Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi 112
4.34. Hasil Koefisien Regresi 114
4.35. Hasil Koefisien Korelasi *Pearson* 115
4.36. Hasil Koefisien Determinasi 116

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1.	Elemen-elemen dalam Proses Komunikasi	17
2.2.	*Two – Step Flow* Model	21
2.3.	*Multistep Flow* Model	22
2.4.	Tahapan Proses Loyalitas Konsumen	30
2.5.	Paradigma Penelitian.....	42
3.1.	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (uji t)	66
4.1.	Struktur Organisasi	71
4.2.	Garis Kontinum Komunikasi dari Mulut ke Mulut yang dilakukan pelanggan Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur	94
4.3.	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan yang dilakukan pelanggan Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang Dipatiukur	110
4.4.	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	118

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Jawaban Dari Perusahaan
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Revisi Sidang Usulan Penelitian
Lampiran 4	Tabulasi Data Ordinal
Lampiran 5	Data Interval
Lampiran 6	MSI Detail
Lampiran 7	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 8	Output SPSS
Lampiran 9	Critical Value
Lampiran 10	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 11	Revisi Sidang Skripsi
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup