DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABTRACT*..... iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR GAMBAR..... xiii

DAFTAR TABEL.....xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....6

1.2.1 Identifikasi Masalah.....6

1.2.2 Rumusan Masalah.....7

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....7

1.3.1 Maksud Penelitian.....7

1.3.2 Tujuan Penelitian.....8

1.4. Kegunaan Penelitian.....8

1.4.1 Kegunaan Praktis.....8

1.4.2 Kegunaan Akademis.....9

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....9

1.5.1 Lokasi.....9

1.5.2 Waktu Penelitian.....9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian pustaka 10

2.1.1 Pelayanan Prima 10

2.1.1.1 Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Internal 11

2.1.1.2 Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Eksternal 11

2.1.1.3 Faktor – Faktor Pelayanan Prima.....12

2.1.1.4 Pelaksanaan pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Kemampuan 14

2.1.1.5 Pelaksanaan Pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Sikap 14

2.1.1.6 Pelaksanaan Pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Penampilan.....15

2.1.1.7 Pelaksanaan Pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Perhatian15

2.1.1.8 Pelaksanaan Pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Tindakan16

2.1.1.9 Pelaksanaan Pelayanan Prima Dilihat dari Konsep Tanggung Jawab 16

2.1.1.10 Cara – Cara Mencapai Pelayanan Prima.....16

2.1.1.11 Kemampuan Untuk Melaksanakan Pelayanan Prima 17

2.1.1.12 Pengembangan Pelayanan Prima 19

2.1.1.13 Indikator Pelayanan Prima 19

2.1.2 Eksperiental Marketing.....20

2.1.2.1 Kunci Pokok Eksperiental Marketing 23

2.1.2.2 Indikator Eksperiental Marketing.....24

2.1.3 Loyalias Pelanggan.....29

2.1.3.1 Manfaat Loyalitas Pelanggan 30
2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 31
2.1.3.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....32
2.1.3.4 Keuntungan dari Pelanggan yang Loyal 34
2.1.3.5 Jenis – Jenis Loyalitas Pelanggan 34
2.1.3.6 Indikator Loyalitas Pelanggan.....36
2.1.4 Keterkaitan Antar Variabel.....36
2.1.4.1 Hubungan Pelayanan Prima dengan Loyalitas Pelanggan 36
2.1.4.2 Hubungan Pemasaran Eksperiental Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan 37
2.1.4.3 Hubungan Pelayanan Prima dan Eksperiental Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan.....37
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....38
2.2 Kerangka Pemikiran 42
2.3 Hipotesis 46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 48
3.2 Metode Penelitian.....48
3.1.1 Desain Penelitian.....50
3.2.2 Oprasionalisasi Variabel Penelitian.....52
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....55
3.2.3.1 Sumber data.....55
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 56

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 57
3.2.4.1 Uji MSI.....57
3.2.4.2 Uji Validitas 58
3.2.4.3 Uji Reabilitias.....60
3.2.5 Rancangan Analisis dan Penguji Hipotesis 64
3.2.5.1 Rancangan Analisis 64
3.2.5.2 Penguji Hipotesis.....75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 80
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....80
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 81
4.2 Karakteristik Responden.....81
4.3 Analisis Deskriptif 86
4.3.1 Analisis Deskriptif Pelayanan Prima (X1).....86
4.3.2 Analisis Deskriptif Eksperiental Marketing (X2) 91
4.3.3 Analisis Deskriptif Loyalitas (Y).....96
4.4 Analiasis Verifikatif 101
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda……..101
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasi.....102
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi 106
4.4.3.1 Korelasi Simultan 106
4.4.3.2 Korelasi Parsial.....107
4.4.3.3 Koefisien Determinasi 108
4.4.4 Pengujian Hipotesis 110

4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) 110

4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t) 112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....115

5.2 Saran.....117

DAFTAR PUSTAKA 119

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP