DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN……..i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN……...ii

MOTTO……...iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* ..... v**

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR LAMPIRAN xxii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi & Rumusan Masalah..... 10

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 10

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Peneltian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Akademis 12

1.4.2 Kegunaan Praktis 12

1.4.2.1 Bagi Peneliti 12

1.4.2.2 Bagi Peneliti Lain 12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian 12

1.5.2 Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 Kepercayaan 14

2.1.1.1 Definisi Kepercayaan 15

2.1.1.2 Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Produk 15

2.1.1.3 Pentingnya Atribut 16

2.1.1.4 Elemen – Elemen Kepercayaan 17

2.1.1.5 Indikator Kepercayaan 18

2.1.2 Penanganan Keluhan 18
2.1.2.1 Definisi Penanganan Keluhan 18
2.1.2.2 Jenis- jenis Keluhan 21
2.1.2.3 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Keluhan Konsumen 22
2.1.2.4 Penyebab Keluhan 22
2.1.2.5 Manajemen Keluhan 23
2.1.2.6 Sistem Penanganan Keluhan 24
2.1.2.7 Manfaat Penanganan Keluhan 28
2.1.2.8 Indikator Penanganan Keluhan 29
2.1.3 Loyalitas Pelanggan 31
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 31
2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen 32
2.1.3.3 Tahap-tahap Loyalitas Pelanggan 33
2.1.3.4 Cara Mempertahankan Loyalitas Pelanggan 34
2.1.3.5 Keuntungan Memiliki Konsumen Loyal 36
2.1.3.6 Indikator Loyalitas Pelanggan 36
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya 37

2.3 Kerangka Pemikiran 41

2.4 Keterkaitan Antar Variabel 43

2.4.1 Keterkaitan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan 43

2.4.2 Keterkaitan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan 44

2.4.3 Keterkaitan Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan 44

2.5 Hipotesis 46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 47

3.2 Metode Penelitan 48

3.2.1 Desain Penelitian 49

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 52

3.2.3 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data 56

3.2.3.1 Sumber Data 56

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 57

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 62

3.2.4.1 Uji Validitas 64

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 67

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval) 69

3.2.5 Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis 70

3.2.5.1 Rancangan Analisis 70

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif 71

3.2.5.1.2 Analisis Data Verifikatif 72

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 82

4.1.1 Sejarah Perusahaan 82

4.1.2 Struktur Organisasi 84

4.1.2.1 Struktur Organisasi Telkom Group 84

4.1.2.2 Struktur Organisasi Marketing & Sales 84

4.2 Karakteristik Responden 85

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 85

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 86

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 87

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasakan Pekerjaan 88

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 88

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Produk 89

4.3 Analisis Deskriptif 91

4.3.1 Analisis Kepercayaan (X1) 92

4.3.2 Analisis Penanganan Keluhan (X2) 97

4.3.3 Analisis Loyalitas Pelanggan (Y)..... 102

4.4 Analisis Verifikatif..... 106

4.4.1 Pengujian Asumsi Klasik 107

4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda 110

4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi 112

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 114

4.4.5 Pengujian Hipotesis..... 117

4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan..... 117

4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial 119

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 124

5.2 Saran..... 125

DAFTAR PUSTAKA……...128

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP