

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Pemasaran Jasa	13
2.1.1. Kualitas Layanan	16
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Layanan	16
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Layanan	18
2.1.2. Kepuasan Konsumen	23
2.1.3. Loyalitas Konsumen	25
2.2. Hubungan Antar Variabel	27

2.2.1. Hubungan antara Kualitas Teknis terhadap Kepuasan	
Konsumen	27
2.2.2. Hubungan antara Kualitas Fungsional terhadap Kepuasan	
Konsumen	28
2.2.3. Hubungan antara Citra perusahaan terhadap Kepuasan	
Konsumen	30
2.2.4. Hubungan antara Kualitas Teknis terhadap Loyalitas	
Konsumen	31
2.2.5. Hubungan antara Kualitas Fungsional terhadap Loyalitas	
Konsumen	32
2.2.6. Hubungan antara Citra Perusahaan terhadap Loyalitas	
Konsumen	34
2.2.1. Hubungan antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas	
Konsumen	34
2.3. Penelitian Terdahulu	35
2.4. Kerangka Penelitian	38
2.5. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Bentuk Penelitian	40
3.2. Sumber Data	40
3.2.1. Data Primer	40
3.2.2. Data Sekunder	41

3.3. Teknik Pengumpulan Data	41
3.4. Populasi dan Sampel	42
3.4.1. Populasi	42
3.4.2. Sampel	42
3.5. Variabel Penelitian	44
3.5.1. Skala Pengukuran Variabel	50
3.6. Teknik Analisis Data	50
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.6.2. Analisis Statistik Deskriptif	53
3.6.3. Analisis Path (Analisis Jalur)	54
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.3.1. Uji Normalitas	55
3.6.3.2. Uji Linearitas	57
3.7. Uji Hipotesis	57
3.7.1. Koefisien Determinasi Total.....	58
3.7.2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	59
3.7.3. Analisis Jalur Model <i>Trimming</i>	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Hasil Penelitian	61
4.1.1. Gambaran Perusahaan	61
4.1.2. Karakteristik Responden	62
4.1.2.1. Usia Responden	62

4.1.2.2. Jenis kelamin	63
4.1.2.3. Tingkat Pendidikan Responden	64
4.1.2.4. Pekerjaan Responden	65
4.1.2.5. Status Perkawinan Responden	66
4.1.2.6. Pendapatan Responden Perbulan	66
4.1.2.7. Uang Saku Perbulan	67
4.1.2.8. Lama Pemakaian	68
4.1.2.9. Jumlah Kunjungan	69
4.1.2.10. Alasan Memilih Samsung Service Center	70
4.1.2.11. Penggunaan Smartphone Merek Lain	71
4.1.2.12. Merek Smartphone Lain yang Digunakan ...	71
4.1.2.13. Alasan Menggunakan Merek Handphone / Smartphone Lain	72
4.1.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	73
4.1.3.1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Teknis dari Pelayanan Samsung Service Center	74
4.1.3.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Fungsional dari Pelayanan Samsung Service Center	77
4.1.3.3. Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Perusahaan dari Pelayanan Samsung Service	

Center	80
4.1.3.4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen dari Pelayanan Samsung Service Center	83
4.1.3.5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen dari Pelayanan Samsung Service Center	86
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	89
4.1.5.1. Uji Normalitas	89
4.1.5.2. Uji Linearitas	93
4.1.5. Pengujian Hipotesis dengan menggunakan Analisis Regresi Bertahap (<i>path analysis</i>).....	98
4.1.6. Uji Signifikan Parsial (uji t)	102
4.1.7. Koefisien Determinasi Total	105
4.1.7. Penerapan Model Trimming.....	106
4.2. Pembahasan	107
4.2.1. Hipotesis Pertama (H_1) : Kualitas Teknis Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	107
4.2.2. Hipotesis Kedua (H_2) : Kualitas Fungsional Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	109
4.2.3. Hipotesis Ketiga (H_3) : Citra Perusahaan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	110

4.2.4. Hipotesis Keempat (H_4) : Kualitas Teknis Berpengaruh	
Tidak Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	111
4.2.5. Hipotesis Kelima (H_5) : Kualitas Fungsional Berpengaruh	
Tidak Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	112
4.2.6 Hipotesis Keenam (H_6) : Citra Perusahaan Berpengaruh	
Tidak Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	113
4.2.7. Hipotesis Ketujuh (H_7) : Kepuasan Konsumen	
Berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	115
4.2.8. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	116
BAB V PENUTUP	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	