

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	6
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan	9
2.1.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.2 Langkah-Langkah Dalam Penyusunan Strategi Pelayanan	13
2.1.1.3 Mengelola Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2 Bauran Promosi.....	15

2.1.2.1	Pengertian Promosi dan Bauran Promosi	15
2.1.2.2	Fungsi dan Tujuan Promosi	17
2.1.2.3	Unsur-Unsur Dalam Bauran Promosi.....	20
2.1.2.4	Faktor-Faktor Dalam Menyusun Bauran Promosi	25
2.1.3	Loyalitas Konsumen.....	27
2.1.3.1	Karakteristik dan Manfaat Loyalitas Konsumen	29
2.1.3.2	Tahapan Loyalitas Konsumen.....	31
2.1.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	32
2.2	Kerangka Pemikiran	34
2.3	Hipotesis	37
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	39
3.1.1	Sejarah Perusahaan	39
3.1.2	Visi Misi PT Daya Anugrah Mandiri	40
3.1.3	Filosofi PT Daya Anugrah Mandiri.....	40
3.2	Metode Penelitian	46
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	46
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.2.1	Jenis Data.....	50
3.2.2.2	Populasi Sasaran.....	50
3.2.2.3	Penentuan Sampel	50
3.3	Paradigma Penelitian	51
3.4	Teknik Analisis Data	53

3.4.1	Analisis terhadap Kuesioner	53
3.4.2	Uji Validitas Dan Reliabilitas	54
3.4.3	Metode <i>Succesive Interval</i>	56
3.4.4	Analisis Jalur	57
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Kualitas Pelayanan Yang Diberikan PT Daya Anugrah Mandiri Tasikmalaya	61
4.2	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) Yang Dilakukan PT Daya Anugrah Mandiri Tasikmalaya.....	69
4.3	Loyalitas Konsumen PT Daya Anugrah Mandiri Tasikmalaya	79
4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen PT Daya Anugrah Mandiri Tasikmalaya	87
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	93
5.2	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jadwal Penelitian	8
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif	53
Tabel 3.3	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif.....	53
Tabel 3.4	Tingkat Keeratan Hubungan... ..	58
Tabel 4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.2	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan.....	69
Tabel 4.4	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Bauran Promosi	71
Tabel 4.5	Rekapitulasi Bauran Promosi.....	72
Tabel 4.6	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Bauran Promosi Secara Keseluruhan	78
Tabel 4.7	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Loyalitas Konsumen	80
Tabel 4.8	Rekapitulasi Loyalitas Konsumen.....	81
Tabel 4.9	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Loyalitas Konsumen Secara Keseluruhan.....	86
Tabel 4.10	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Layanan Prima.....	41
Gambar 3.2	Rantai Layanan.....	42
Gambar 3.3	Alur Interaksi Dengan Customers.	42
Gambar 3.4	Paradigma Penelitian	52
Gambar 4.1	Hubungan Struktural antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	<i>Succesive Interval X_1</i>
Lampiran 3	<i>Succesive Interval X_2</i>
Lampiran 4	<i>Succesive Interval Y</i>
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 6	<i>Regression</i>
Lampiran 7	<i>Correlations</i>