

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Pembatasan Masalah	15
D. Perumusan Masalah	16
E. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORITIK	19
A. Deskripsi Konseptual	19
1. Kualitas Pelayanan	19
2. Penanganan Keluhan	25
3. Kepercayaan	29
4. Loyalitas Pelanggan	34
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	38
C. Kerangka Teoritik	53
D. Kerangka Pemikiran.....	57
E. Hipotesis Penelitian	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Tujuan Penelitian	59
B. Tempat dan Waktu Penelitian	59
C. Metode Penelitian.....	60
D. Populasi dan Sampel	61
1. Populasi	61
2. Sampel.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data	64
1. Variabel Dependen	65
2. Variabel Independen	65
3. Variabel Intervening.....	66
4. Oprasionalisasi Variabel	66
5. Skala Pengukuran	70
F. Teknik Analisis Data	71
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	71
2. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	73
3. Pengujian Hipotesis	74
4. Teknik Structural Equation Modeling (SEM).....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
A. Deskripsi Unit Analisis	78

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	78
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin	79
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	80
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	81
1. Analisis Deskriptif.....	81
a. Variabel Kualitas Pelayanan	81
b. Variabel Penanganan Keluhan	81
c. Variabel Kepercayaan.....	81
d. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	82
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	82
1. Variabel Kualitas Pelayanan	84
2. Variabel Penanganan Keluhan	85
3. Variabel Kepercayaan	86
4. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	87
D. Comfirmatory Factor Analysis.....	87
1. Second Order Construct	88
a. Variabel Kualitas Pelayanan.....	88
b. Variabel Penanganan Keluhan	89
c. Variabel Kepercayaan.....	90
d. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	92
2. <i>Full</i> Model SEM.....	93
3. <i>Fit</i> Model SEM.....	96
E. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	101
F. Pengujian Hipotesis	102
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	108
A. Kesimpulan	108
B. Implikasi.....	109
C. Saran.....	116
DAFTAR LAMPIRAN	123
RIWAYAT HIDUP PENULIS	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Proses Penangan Keluhan.....	28
Gambar II.2 Model Penelitian	57
Gambar IV.1 Model Kualitas Pelayanan	88
Gambar IV.2 Model Penanganan Keluhan	89
Gambar IV.4 Model Loyalitas Pelanggan	92
Gambar IV.5 <i>Full</i> Model SEM	94
Gambar IV.6 <i>Full</i> Model <i>T-Values</i> SEM	95
Gambar IV.7 <i>Fit</i> Model SEM	97
Gambar IV.8 <i>Standardized Total Effect</i> SEM	103

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar Stasiun Televisi Berlangganan di Indonesia	5
Tabel I.2 Daftar Harga Tarif Telkom Speedy Indihome	7
Tabel I.3 Tabel Target Jumlah Pelanggan Indihome Januari-April 2015 Daerah DKI Jakarta	8
TABEL I.4 Jumlah Keluhan Pelanggan Indihome Melalui Internet per Regional Tahun 2014.....	9
Tabel I.5 Jurnal Penelitian Terkait.....	10
Tabel I.6 Variabel Penelitian	12
Tabel II.1 Hasil Penelitian yang Relevan	51
Tabel III.1 Kajian Penelitian Terdahulu	63
Tabel III.2 Variabel Operasional.....	66
Tabel III.3 Bobot Penilaian Kuesioner	71
Tabel III.4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	77
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	78
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin.....	79
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	80
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	83
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan	83
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	83
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penanganan Keluhan.....	85
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan.....	86
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	87
Tabel IV.12 <i>Second Order</i> Kualitas Pelayanan.....	88
Tabel IV.13 <i>Second Order</i> Penanganan Keluhan.....	90
Tabel IV.14 <i>Second Order</i> Kepercayaan.....	91
Tabel IV.15 <i>Second Order</i> Loyalitas Pelanggan	93
Tabel IV.16 <i>Full Model</i> SEM.....	96
Tabel IV.17 <i>Fit Model</i> SEM.....	97
Tabel IV.18 Indikator <i>Fit Model</i>	99
Tabel IV.19 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	101
Tabel IV. 20 Model Persamaan Struktural	103

DAFTAR LAMPIRAN

1.KUESIONER PENELITIAN	123
2.HASIL FAKTOR ANALISIS	131
3.GOODNESS OF FIT	149
4.OUTPUT PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG	150
5.STANDARDIZED TOTAL EFFECTS.....	151