

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
Bab 1 Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
I.5 Batasan Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan	8
Bab II Landasan Teori	10
II.1 Konsep dan Pengertian Jasa	10
II.2 <i>Service Quality</i>	11
II.3 <i>Service Quality Dimension</i>	12
II.4 <i>Price</i>	13
II.5 <i>Corporate Image</i>	14
II.6 <i>Customer Satisfaction</i>	15
II.7 <i>Customer Loyalty</i>	17
II.8 Rangkuman Variabel Penelitian Relevan Sebelumnya	18

Bab III Metodologi Penelitian	21
III.1 Model Konseptual	21
III.2 Dasar Pembentukan Model dan Perumusan Hipotesis	22
III.2.1 Hubungan antara <i>Tangible</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	22
III.2.2 Hubungan antara <i>Reliability</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	22
III.2.3 Hubungan antara <i>Responsiveness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	23
III.2.4 Hubungan antara <i>Assurance</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	23
III.2.5 Hubungan antara <i>Empathy</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	24
III.2.6 Hubungan antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	24
III.2.7 Hubungan antara <i>Corporate Image</i> dengan <i>Customer</i>	24
III.2.8 <i>Satisfaction</i>	
Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer</i>	25
<i>Loyalty</i>	
III.3 Kerangka Pemecahan Masalah	26
III.3.1 Tahap Pendahuluan	27
III.3.2 Tahap Pengumpulan Data	27
III.3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
III.3.2.2 Teknik <i>Sampling</i>	27
III.3.2.3 Desain Kuesioner	28
III.3.2.4 Uji Validitas	29
III.3.2.5 <i>Pretest</i>	29
III.3.2.6 Uji Reliabilitas	30
III.3.2.7 Pengumpulan Data	31
III.3.3 Tahap Pengolahan dan Analisis Data	31
III.3.3.1 Statistika Deskriptif	32
III.3.3.2 Uji Korelasi	32
III.3.4 Interpretasi Diagram Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aktual	34
III.3.5 Analisis Data	35
III.3.6 Tahap Perumusan Rekomendasi	36
III.3.7 Tahap Kesimpulan dan Saran	36

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data	37
IV.1 <i>Pretest</i>	37
IV.2 Uji Reliabilitas	38
IV.3 Pengumpulan Data	40
IV.4 Pengolahan Data	41
IV.4.1 Frekuensi	41
IV.4.1.1 Frekuensi Pekerjaan	41
IV.4.1.2 Frekuensi Penghasilan/Uang Saku per Bulan	42
IV.4.1.3 Frekuensi Alokasi Penggunaan Taksi per Bulan	43
IV.4.1.4 Frekuensi Penggunaan Taksi per Bulan	43
IV.4.1.5 Frekuensi Taksi yang Paling Sering Digunakan	44
IV.4.2 <i>Crosstabulation</i>	45
IV.4.2.1 <i>Crosstabulation</i> antara Pekerjaan dengan Frekuensi Penggunaan Taksi per Bulan	45
IV.4.2.2 <i>Crosstabulation</i> antara Penghasilan dengan Alokasi untuk Penggunaan Taksi per Bulan	46
IV.4.3 Pengujian Hipotesis	48
IV.4.4 Interpretasi Diagram Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aktual	52
Bab V Analisis	53
V.1 Analisis Karakteristik Umum Responden	53
V.2 Analisis Hubungan Antar Variabel	55
V.2.1 Analisis Variabel yang Berhubungan dengan <i>Customer Satisfaction</i>	55
V.2.1.1 Analisis Hubungan Antara <i>Corporate Image</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	56
V.2.1.2 Analisis Hubungan antara <i>Assurance</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	59
V.2.1.3 Analisis Hubungan antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	61

V.2.1.4	Analisis Hubungan antara <i>Reliability</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	63
V.2.1.5	Analisis Hubungan antara <i>Empathy</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	64
V.2.1.6	Analisis Hubungan antara <i>Tangible</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	65
V.2.1.7	Analisis Hubungan antara <i>Responsiveness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	69
V.2.1.8	Analisis Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	70
V.3	Analisis Diagram Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aktual	71
V.3.1	Analisis Variabel yang Terletak pada Kuadran I	71
V.3.2	Analisis Variabel yang Terletak pada Kuadran II	72
V.3.3	Analisis Variabel yang Terletak pada Kuadran III	73
V.3.4	Analisis Variabel yang Terletak pada Kuadran IV	74
V.4	Dasar Perumusan Rekomendasi Program Pengembangan Layanan	75
V.4.1	Dasar Rekomendasi Program Pengembangan Layanan Taksi Gemah Ripah	76
V.4.1.1	Dasar Rekomendasi Program Peningkatan Kepuasan Melalui Perbaikan Variabel <i>Reliability</i>	76
V.4.1.2	Dasar Rekomendasi Program Peningkatan Kepuasan Melalui Perbaikan Variabel <i>Corporate Image</i>	80
V.4.1.3	Proses Rekomendasi Program Peningkatan Loyalitas melalui Perbaikan Variabel <i>Tangible</i>	85
Bab VI Kesimpulan dan Saran		91
VI.1	Kesimpulan	91
VI.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		98