

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Prakarta.....	iv
Abstrak	vi
Abstract.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	15
1.3. Batasan Masalah	15
1.4. Rumusan Masalah	16
1.5. Tujuan Penelitian	16
1.6. Manfaat Penelititan	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Kajian Literatur	18
2.1.1. Kualitas Pelayanan	18
2.1.1.1. Jasa	18
2.1.1.2. Karateristik Jasa	20
2.1.1.3. Klasifikasi Jasa	21
2.1.1.4. Kualitas Jasa	23
2.1.1.5. Model <i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	26
2.1.2. Kualitas Produk	32
2.1.3. Citra Perusahaan	37
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	43

2.1.5.	Loyalitas Pelanggan	53
2.1.5.1.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	55
2.1.5.2.	Merancang dan Menciptakan Loyalitas	56
2.1.5.3.	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	57
2.1.5.4.	Tipe Loyalitas Berdasarkan Perilaku dan Sikap	64
2.1.5.4.1.	Pendekatan Perilaku (<i>Behavioral Approaches to Brand Loyalty</i>)	65
2.1.5.4.2.	Pendekatan Sikap (<i>Attitudinal Measures of Brand Loyalty</i>)	66
2.2.	Kajian Penelitian Terdahulu	69
2.2.1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	69
2.2.2.	Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan dilakukan	74
BAB III METODE PENELITIAN		76
3.1.	Kerangka Penelitian	76
3.2.	Hipotesis Penelitian	77
3.3.	Desain Penelitian	77
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variable	78
3.5.	Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sample	86
3.5.1.	Teknik Pengumpulan Data	86
3.5.2.	Teknik Pengambilan Sampel	86
3.6.	Uji Kualitas Data	87
3.6.1.	Uji Validitas	88
3.6.2.	Uji Reliabilitas	89
3.7.	Metode Analisis	90
3.7.1.	SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	90
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		100
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	100
4.1.1.	Profil Perusahaan	100
4.1.2.	Struktur Organisasi	101

4.2.	Pembahasan	102
4.2.1.	Analisa Deskriptif	102
4.2.1.1.	Profil Responden	102
4.2.1.2.	Tanggapan Responden Terhadap PAPAN'S PIZZA	105
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	111
4.2.2.1.	Pengujian Validitas	111
4.2.2.2.	Pengujian Reliabilitas	112
4.2.2.3.	Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	113
4.2.3.	Pengujian Hipotesis dalam Analisis SEM	122
4.2.3.1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	122
4.2.3.2.	Analisis Model Struktur (<i>Structural Model</i>)	130
4.2.3.3.	Pengujian Hipotesis	132
4.2.3.4.	Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	135
4.2.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	143
4.2.4.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas	143
4.2.4.1.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas	143
4.2.4.1.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas	149
4.2.4.1.3.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas	159
4.2.4.2.	Temuan Teoritis	164
4.2.4.3.	Temuan Empiris	171
4.2.4.4.	Implikasi Manajerial	175
4.2.4.5.	Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Selanjutnya	177
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	178
5.1.	Kesimpulan	178
5.2.	Saran	178
	DAFTAR PUSTAKA	180
	DAFTAR LAMPIRAN	187

DAFTAR TABEL

	Halaman	
1.1	Perkembangan Waralaba di Indonesia (Periode 2004 – 2007)	2
1.2	Kebijakan PAPARON'S PIZZA Cikarang Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.	8
1.3	Total Sales PAPARON'S PIZZA Cikarang (2005 – 2009)	9
1.4	<i>Feasibility Study for</i> PAPARON'S PIZZA Cikarang Outlet (Forecast Sales)	10
1.5	Hasil Survey Pelanggan Franchise Kedai Kopi, Pizza, Gerai Roti, Restoran Cepat Saji, Konter Makanan.	12
1.6	Pangsa Pasar Restoran Pizza di Indonesia.	13
2.1	Persamaan dan Perbedaan Variabel Penelitian yang dilakukan dengan Penelitian Terdahulu.	74
3.1	Operasional Variabel Penelitian	84
3.2	<i>GOODNESS OF FIT INDEX DAN CUT-OF VALUE</i>	99
4.1	Daftar Menu PAPARON'S PIZZA Cikarang	101
4.2	Rekapitulasi Kuesioner	103
4.3	Profil Responden	103
4.4	Ringkasan Jawaban Penelitian (Pengalaman Mengadakan Transaksi)	105
4.5	Jawaban Pertanyaan Esai (Saran, Perbedaan dan Daya Tarik Paparon's	106
4.6	Ringkasan Jawaban Responden Terhadap Variabel dan Indikator Penelitian	108
4.7	Hasil Uji Validitas	111
4.8	Hasil Uji Reabilitas	113
4.9	Hasil Uji Outlier	120
4.10.	Korelasi Hubungan Antar Variabel	121
4.11	Nilai Estimasi, Critical Ratio, dan Probability (Model Awal)	133
4.12	Summary of Models Hasil Uji Goodness of Fit Overall Model Struktural (Model Awal)	136
4.13	Nilai Estimasi, Critical Ratio, dan Probability (Model Revisi)	140
4.14	Summary of Models Hasil Uji Goodness of Fit Overall Model Struktural (Model Akhir)	142
4.15	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	144
4.16	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	146

4.17	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	150
4.18	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	153
4.19	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	156
4.20	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	160
4.21	Nilai Estimasi, Critical Ratio dan Probability Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	163

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
2.1	<i>Total Perceived Quality</i>	25
2.2	Model "SERVQUAL"	28
2.3	<i>Service Quality Model</i>	39
2.4	<i>The Epectancy Disconfirmation Model</i>	47
2.5	Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	54
2.6	<i>DESIGN COSTUMER LOYALTY</i>	56
2.7	Piramida Loyalitas	58
2.8	Piramida Pelanggan	60
2.9	<i>The Path To Strategic Customer Care</i>	63
2.10	Tipe Loyalitas Berdasarkan Perilaku dan Sikap	68
3.1	Kerangka Penelitian	76
3.2	Kerangka Konseptual	92
4.1	Struktur Organisasi PAPARON'S PIZZA Cikarang	102
4.2	Diagram Uji Linearitas	118
4.3	Analisis Konfirmatori Faktor Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	125
4.4	Analisis Konfirmatori Faktor Variabel Kualitas Produk (X2)	126
4.5	Analisis Konfirmatori Faktor Citra Perusahaan (X3)	127
4.6	Analisis Konfirmatori Faktor Kepuasan Pelanggan (Y1)	128
4.7	Analisis Konfirmatori Faktor Loyalitas Pelanggan (Y2)	129
4.8	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Model Awal)	132
4.9	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Model Revisi)	139
4.10	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	143
4.11	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	146
4.12	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	149
4.13	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	153
4.14	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	155
4.15	Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	157
4.16	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	159
4.17	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	162