

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Akademis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Public Relations.....	6
2.1.1 Fungsi Public Relations.....	7
2.1.2 Tujuan Public Relations .....	7
2.1.3 Tugas Public Relations.....	8
2.2 Kualitas Layanan Informasi .....	8
2.3 Dimensi Kualitas Layanan Informasi .....	9
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.4.1 Ukuran Loyalitas Pelanggan.....	11
2.4.2 Jenis Loyalitas Pelanggan .....	12

2.4.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	12
2.4.4 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	14
2.5 Teori Loyalitas Pelanggan .....	15
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Hipotesis .....	17
2.8 Kerangka Pemikiran .....	18
<b>BAB III.....</b>	<b>19</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Sumber Data.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi .....	21
3.3.2 Sampel.....	21
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampling .....	22
3.4 Operasional Variabel .....	23
3.5 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.7 Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur .....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Reliabilitas.....	27
3.8 Analisis Data .....	32
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Perusahaan Grab Bike.....	34
4.1.1 Gambaran Perusahaan Grab Bike Indonesia .....	35
4.2 Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Identitas Responden .....	36
4.2.2 Uji Validitas .....	38
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	40
4.2.4 Kualitas Layanan Informasi .....	40
4.2.5 Loyalitas Pelanggan .....	50
4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
4.3.1 Analisis Korelasi Sederhana.....	56

4.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
4.3.3 Uji Statistik t.....	58
4.3.4 Nilai Dominan Kualitas Layanan Informasi (X) .....	60
4.3.5 Nilai Dominan Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
<b>BAB V</b> .....	62
<b>PEMBAHASAN</b> .....	62
5.1 Pembahasan.....	62
5.2 Perbandingan Penelitian.....	63
<b>BAB VI</b> .....	66
<b>PENUTUP</b> .....	66
6.1 Kesimpulan .....	66
6.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	68
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel (X) dan (Y) .....	23
Tabel 3.2 Skala Penilaian <i>Likert</i> .....	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan Informasi) .....	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) .....	27
Tabel 3.5 Hasil Realibilitas Variabel X (Kualitas Layanan Informasi) .....	28
Tabel 3.6 Hasil Realibilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) .....	28
Tabel 3.7 Hasil Test-Retest kualitas layanan informasi Driver Grab Bike .....	29
Tabel 3.8 Hasil Test-Retest Loyalitas Pelanggan (Y) .....	30
Tabel 3.9 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai $r$ .....	32
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan .....	38
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	39
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.6 Kantor Grab Indonesia Memiliki Fasilitas Ruangan Bersih dan Nyaman Berdasarkan Dimensi Bukti Fisik .....	41
Tabel 4.7 Driver Grab Bike Menggunakan Seragam dan Rapih .....	42
Tabel 4.8 Driver Grab Bike Dapat Berkomunikasi secara Efektif kepada Pelanggan Berdasarkan Dimensi Empati .....	43
Tabel 4.9 Driver Grab Bike Peduli dan Memahami Kebutuhan Saya .....	44
Tabel 4.10 Driver Grab Bike Cepat Tanggap .....	45
Tabel 4.11 Driver Grab Bike Selalu Bersedia Membantu Pelanggan Berdasarkan Dimensi Daya Tanggap .....	46
Tabel 4.12 Driver Grab Bike Memberikan Pelayanan Sesuai dengan Janji .....	47
Tabel 4.13 Driver Grab Bike Melayani secara Akurat Sesuai dengan Pesanan Pelanggan dan Tepat Waktu Berdasarkan Dimensi Reliabilitas .....	48
Tabel 4.14 Driver Grab Bike Ramah dan Sopan Berdasarkan Dimensi Jaminan ..	48

Tabel 4.15 Saya Merasa Aman Menggunakan Layanan Grab dan Kemudahan dalam Pembayaran Berdasarkan Dimensi Jaminan .....	49
Tabel 4.16 Interval Kualitas Layanan Informasi .....	49
Tabel 4.17 Saya Setia Menggunakan Armada Grab Bike.....	50
Tabel 4.18 Saya Akan Selalu Menggunakan Armada Grab Bike .....	51
Tabel 4.19 Saya Lebih Memilih Grab Bike diBanding dengan Ojek Lainnya .....	51
Tabel 4.20 Saya Percaya Kredibilitas Armada Grab Bike Berdasarkan Dimensi Retention.....	52
Tabel 4.21 Saya Percaya Citra Positif Perusahaan Berdasarkan Dimensi Retention.....	52
Tabel 4.22 Saya Lebih Mengutamakan Menggunakan Grab Bike dibanding dengan Ojek Online lainnya Berdasarkan Dimensi Retention .....	53
Tabel 4.23 Saya Mereferensikan Armada Grab Bike Kepada Orang Lain Berdasarkan Dimensi Referrals .....	54
Tabel 4.24 Saya Mengajak Keluarga atau Teman Menggunakan Armada Grab Bike Berdasarkan Dimensi Referrals .....	54
Tabel 4.25 Saya Mengarahkan Keluarga atau Teman Menggunakan Armada Grab Bike Berdasarkan Dimensi Referrals .....	55
Tabel 4.26 Loyalitas Pelanggan.....	55
Tabel 4.27 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	56
Tabel 4.28 Kualitas Layanan Informasi terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
Tabel 4.29 hasil output koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	58
Tabel 4.30 Output Statistik t.....	59
Tabel 4.31 Nilai Dominan Kualitas Layanan Informasi (X).....	60
Tabel 4.32 Nilai Dominan Loyalitas Pelanggan (Y) .....	61
Tabel 5.1 Perbandingan Penelitian .....	63

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
-----------------------------------	----