

Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Hipotesis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Pengertian dan Konsep <i>Costumer Value</i>	14
2.2 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	25
2.3 Hubungan <i>Costumer Value</i> dengan Loyalitas Pelanggan	41

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Desain Pengambilan Sampel.....	44
3.3 Variabel Penelitian	45
3.4 instrumen Penelitian	46
3.5 Proses Pengumpulan data	47
3.6 Teknik Analisis Data	47
1. Uji Validitas	51
2. Uji Realibilitas	
54	
BAB IV HASIL, PEMBAHASAN DAN OBJEK PENELITIAN	55
4.1 Hasil Dan Pembahasan	55
4.1.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Jenis kelamin.....	55
4.1.2 Usia Responden.....	56
4.1.3 Penghasilan.....	56
4.1.4 Alasan menggunakan Simpati	57
4.1.5 Lama Berlangganan.....	58
4.1.6 Penggunaan Produk pesaing	58
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	59
1. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap <i>Equity</i>	59
2. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap <i>Experience</i>	60
3. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap <i>Energy</i>	61
4. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap <i>Product</i>	61
5. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap <i>Price</i>	
62	
6. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap Pengisian Pulsa	

Sejak Pembelian Pertama Pada Nomor Simpati Yang Sama	62
7. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap Frekuensi	
Pembelian Pulsa	63
8. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap Penyebaran	
informasi Simpati	64
9. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap Promosi Produk Pesaing	65
10. Deskripsi Penilaian Pelanggan terhadap Terhadap	
Event Yang Disponsori Operator Pesaing	65
4.1.3. Hasil Analisis Statistik	
66	
1. Analisis Regresi	
66	
2. Pengaruh <i>Emotioanl Value</i> dan <i>Rational Value</i> secara	
Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan	
74	
4.2 Deskripsi Objek Penelitian	74
4.2.1 Sejarah Umum Perusahaan	
74	
4.2.2 Visi, Misi, dan Motto Perusahaan	
77	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	88
Daftar Pustaka	
Lampiran	