

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	I-1
1.2. Perumusan Masalah.....	I-2
1.3. Tujuan Penelitian.....	I-2
1.4. Manfaat Penelitian.....	I-3
1.5. Batasan Masalah.....	I-3
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Sekilas Tentang Speedy.....	II-1
2.2. Kepuasan Pelanggan.....	II-1
2.3. Loyalitas Pelanggan.....	II-2
2.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	II-4
2.5. Customer Retention.....	II-6
<b>BAB III   METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Model Konseptual.....	III-1
3.2. Sistematika Pemecahan Masalah.....	III-3
3.2.1 Tahap Identifikasi Awal.....	III-4
3.2.1.1 Perumusan Masalah.....	III-4
3.2.1.2 Tujuan Penelitian.....	III-4
3.2.2 Tahap Studi Pendahuluan.....	III-4
3.2.2.1 Studi Pustaka.....	III-4
3.2.2.2 Studi Objek Penelitian.....	III-4
3.2.3 Tahap Pengumpulan Data.....	III-4
3.2.3.1 Identifikasi Penelitian.....	III-4
3.2.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	III-7
3.2.3.3 Kuesioner Penelitian.....	III-7
3.2.3.4 Pengumpulan Data Primer dan Data Sekunder.....	III-8
3.2.4 Tahap Pengolahan Data.....	III-9
3.2.4.1 Pengkodean kuesioner.....	III-9
3.2.4.2 Uji Validitas.....	III-9
3.2.4.3 Uji Reliabilitas.....	III-10
3.2.4.4 Pengolahan Data Hasil Kuesioner.....	III-10
3.2.5 Tahap Analisa Data dan Perumusan Program.....	III-12
3.2.5.1 Analisa Data.....	III-12
3.2.5.2 Perumusan Program Customer Retention.....	III-14
3.2.6 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	III-14

<b>BAB IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	
4.1	Pengumpulan Data.....	IV-1
4.2	Pengolahan Data.....	IV-1
4.2.1	Pengkodean Kuesioner.....	IV-1
4.2.2	Uji Validitas.....	IV-1
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	IV-1
4.2.4	Karakteristik Umum Pelanggan Speedy dan Pesaing.....	IV-2
4.2.5	Alasan Menggunakan Speedy	
	Hasil Data Kuesioner Responden .....	IV-3
4.2.6	Alasan Menggunakan Layanan Pesaing.....	IV-3
4.2.7	Tingkat Ketertarikan Pelanggan Pesaing terhadap Speedy.....	IV-4
4.2.8	Karakteristik Pelanggan Speedy Pada Layanan Sebelumnya.....	IV-4
4.2.9	Keluhan Pelanggan Speedy.....	IV-6
4.2.10	Hubungan Karakteristik Umum Pelanggan Speedy Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	IV-6
4.2.11	Customer Satisfaction Index dan Customer Satisfaction Gap Index.....	IV-7
4.2.12	Performance Importance Matrix Speedy.....	IV-10
4.2.13	Performance Importance Matrix Pesaing.....	IV-11
4.2.13.1	Performance Importance Matrix Melsa.....	IV-11
4.2.13.2	Performance Importance Matrix Centrin.....	IV-12
4.2.13.3	Performance Importance Matrix Telkomnet Instan.....	IV-12
4.2.13.4	Performance Importance Matrix Layanan Lainnya.....	IV-13
4.2.14	Identifikasi Loyalitas Pelanggan Speedy.....	IV-13
4.2.15	Identifikasi Loyalitas Pelanggan Pesaing.....	IV-14
4.2.16	Program Customer Retention Berdasarkan Preferensi Pelanggan Speedy.....	IV-14
4.2.17	Analisis Jalur.....	IV-15
<b>BAB V</b>	<b>ANALISA DATA</b>	
5.1	Analisis Karakteristik Pelanggan.....	V-1
5.1.1	Analisis karakteristik umum pelanggan Speedy dan pesaing.....	V-1
5.1.2	Analisis alasan pelanggan menggunakan Speedy.....	V-3
5.1.3	Analisis alasan pelanggan menggunakan layanan pesaing.....	V-4
5.1.4	Analisis tingkat ketertarikan pelanggan pesaing terhadap Speedy.....	V-5
5.2	Analisis Churn Pelanggan Speedy Dari Layanan Sebelumnya.....	V-5
5.3	Analisis Keluhan Pelanggan Speedy.....	V-6
5.4	Analisis Hubungan Karakteristik Pelanggan Speedy terhadap Kepuasan.....	V-8
5.5	Analisis Customer Satisfaction Index dan Customer Satisfaction Gap Index.....	V-9
5.5.1	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Produk.....	V-9
5.5.2	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi tariff.....	V-9
5.5.3	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Lokasi.....	V-10

5.5.4	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Promosi.....	V-11
5.5.5	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Proses .....	V-11
5.5.6	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Staf.....	V-12
5.5.7	Perbandingan Nilai CSI dan CSGI Dimensi Fasilitas Tambahan..	V-12
5.6	Analisis Performance Importance Matriks.....	V-13
5.6.1	Analisis kuadran 1.....	V-13
5.6.2	Analisis kuadran 2.....	V-14
5.6.3	Analisis kuadran 3.....	V-15
5.6.4	Analisis kuadran 4.....	V-16
5.7	Analisis Tingkat Loyalitas.....	V-17
5.7.1	Layanan Speedy.....	V-18
5.7.2	Layanan Pesaing.....	V-19
5.8	Analisis Jalur .....	V-19
5.9	Analisis Peningkatan Tingkat Kepuasan Pelanggan Speedy .....	V-22
5.9.1	Identifikasi Keunggulan Layanan Pesaing.....	V-22
5.9.2	Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Speedy.....	V-23
5.9.3	Usulan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Speedy.....	V-24
5.10	Perumusan Program Customer Retention Telkom Speedy.....	V-25
5.10.1	Program Customer Retention Berdasarkan Preferensi Pelanggan Speedy.....	V-25
5.10.2	Identifikasi Tingkatan Loyalitas Pelanggan Speedy.....	V-27
5.11	Program Customer Retention Telkom Speedy .....	V-27

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan.....	VI-1
6.2	Saran.....	VI-4
6.2.1	Saran Bagi Telkom Speedy.....	VI-4
6.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	VI-5

## **DAFTAR PUSTAKA**

LAMPIRAN A <sub>1</sub>	KUESIONER PENDAHULUAN
A <sub>2</sub>	KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN B	PENKODEAN KUESIONER
LAMPIRAN C <sub>1</sub>	UJI VALIDITAS
C <sub>2</sub>	UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN D <sub>1</sub>	Pengolahan Distribusi Frekuensi Data Karakteritik Pelanggan Speedy
D <sub>2</sub>	Pengolahan Distribusi Frekuensi Data Karakteritik Pelanggan Melsa
D <sub>3</sub>	Pengolahan Distribusi Frekuensi Data Karakteritik Pelanggan Centrin
D <sub>4</sub>	Pengolahan Distribusi Frekuensi Data Karakteritik Pelanggan Telkomnet Instan
D <sub>5</sub>	Pengolahan Distribusi Frekuensi Data Karakteritik Pelanggan layanan lainnya
LAMPIRAN D <sub>6</sub>	Pengolahan Tabulasi Silang & Chi-square “Karakteristik Pelanggan Speedy dengan Kepuasan Pelanggan”
LAMPIRAN E	Data Mentah Penelitian
LAMPIRAN F	Perhitungan CSI& CSGI
LAMPIRAN G	Data Penjualan Speedy