

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran umum objek penelitian	1
1.1.1 Profil Telkomsel.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Telkomsel.....	2
1.1.3 Produk PT. Telkomsel	2
1.1.4 Program Telkomsel Poin.....	2
1.2 Latar belakang penelitian	7
1.3 Perumusan masalah	11
1.4 Pertanyaan penelitian	12
1.5 Tujuan penelitian.....	13
1.6 Manfaat penelitian.....	14
1.7 Ruang lingkup penelitian	15
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	15
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
1.8 Sistematika penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 Pemasaran Relasional	21
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	24
2.1.5 Program Loyalitas	27
2.1.6 Perceived Benefits.	31
2.1.7 Perceived Relationship Investment.....	34
2.1.8 Relationship Quality	35
2.1.9 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.3 Hipotesis Penelitian.....	41
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> terhadap <i>Perceived Relationship Investment (PRI)</i>	42

2.3.2	Pengaruh <i>Perceived Relationship Investment</i> (PRI) terhadap <i>Relationship Quality</i>	44
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Karakteristik Penelitian	45
3.2	Alat Pengumpulan Data	45
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	45
3.2.2	Skala Pengukuran.....	48
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	50
3.4.1	Populasi.....	50
3.4.2	Sampel.....	50
3.5	Pengumpulan data dan sumber data	52
3.6	Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1	Validitas	52
3.6.2	Reliabilitas	54
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	55
3.7.1	Analisis Deskriptif	55
3.7.2	Analisis Skor Rataan.....	55
3.7.3	Analisis Tabulasi Silang (Crosstabs)	56
3.7.4	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1	Karakteristik Responden	65
4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	65
4.2.2	Analisa Crosstab	68
4.2.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	79
4.2.3.1	Uji Normalitas	79
4.2.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	81
4.2.3.3	Uji Kecocokan Seluruh Model	88
4.2.3.4	Persamaan Struktural	91
4.2.4	Uji Hipotesis	92
4.2.5	Uji Pengaruh Variabel PRI sebagai Variabel Mediasi.....	97
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.3.1	Penilaian pelanggan terhadap <i>perceived benefits</i> , <i>perceived relationship investment</i> dan <i>relationship quality</i> dari program Telkomsel Poin.	99
4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> dan <i>Perceived Relationship Investment</i> terhadap <i>Relationship Quality</i> dari program Telkomsel Poin.	102
4.3.3	Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> dan <i>Perceived Relationship Investment</i> terhadap <i>Relationship Quality</i> dari program Telkomsel Poin berdasarkan Tingkatan Telkomsel Poin.....	116
4.3.4	Peran <i>perceived relationship investment</i> dalam memediasi pengaruh <i>perceived benefits: monetary savings, exploration, entertainment, recognition</i>	

dan social benefit terhadap *relationship quality* dari program Telkomsel Poin.

118

4.3.5 Formulasi *reward* pada program Telkomsel Poin..... 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 122

5.1 Kesimpulan..... 122

5.2 Saran..... 125

5.2.1 Saran Praktis..... 125

5.2.2 Saran Akademis..... 127

LAMPIRAN..... 132