

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh kinerja kereliasian pelanggan dan sistem penyampaian jasa terhadap nilai pelanggan serta dampaknya pada kepercayaan pelanggan dan reputasi perusahaan, dimana ada fenomena pesatnya perkembangan industri jasa telepon seluler telah menciptakan iklim persaingan yang semakin ketat sehingga mengarahkan pelanggan untuk semakin selektif dalam memilih layanan jasa telepon seluler yang dipromosikan oleh para operator sebagai sarana pendukung kegiatan pelanggan yang semakin dinamis. Meningkatnya jumlah operator penyelenggara serta keanekaragaman layanan jasa telepon seluler yang ditawarkan, telah menimbulkan churn (cabutan) sebagai dampak negatif yang dialami oleh setiap operator. Situasi ini menuntut para operator telepon seluler berupaya keras bukan hanya dengan mencari pelanggan baru, namun juga bagaimana mempertahankan pelanggan yang ada melalui pengembangan kereliasian antara operator dengan pelanggan telepon seluler dalam jangka waktu lama melalui sistem penyampaian jasa yang baik dan ditujukan untuk menciptakan nilai superior pada pelanggan sehingga pelanggan memiliki kepercayaan yang kuat terhadap produk dan layanan jasa telepon seluler, yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi perusahaan atas produk dan layanan jasa telepon seluler yang diberikan kepada masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menggunakannya sebagai dasar dalam mengembangkan kereliasian pelanggan yang erat dengan pelanggan bahwa dengan didukung sistem penyampaian jasa yang handal sehingga diharapkan akan terciptanya nilai pelanggan yang kompetitif sehingga kepercayaan pelanggan semakin tinggi yang pada akhirnya reputasi perusahaanpun akan terjaga.

Survei dilakukan terhadap 250 pelanggan telepon seluler baik yang menggunakan teknologi GSM maupun CDMA dari semua operator telepon seluler yang beroperasi di Bandung.

Hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif bahwa baik kinerja kereliasian pelanggan maupun sistem pelayanan jasa menurut pelanggan adalah tinggi, sedangkan hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan analisis varifikatif menunjukkan bahwa kinerja kereliasian pelanggan dan sistem penyampaian jasa berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui nilai pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, kinerja kereliasian pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan dalam meningkatkan reputasi perusahaan sedangkan kinerja sistem penyampaian jasa secara langsung tidak berpengaruh secara signifikan dalam membentuk reputasi perusahaan.

Kata kunci : Kinerja Kereliasian Pelanggan, Kinerja Sistem Penyampaian Jasa, Kinerja Nilai Pelanggan, Kinerja Kepercayaan Pelanggan, Kinerja Reputasi Perusahaan

ABSTRACT

This survey investigated the influence of performance of customer relationship and service delivery system on customer value and its impacts on customer trust and corporate reputation. The most aspect of life will be changed quickly and unpredictable. The modern people in the world need supporting facilities for mobility communication and information access.

According to that situation and condition, celluler indstry is the important infrastucture for facilitation the dinamic people need. The high competition in celluler industry give negative impact to operators e.g churn customer. In case, all operators give the product and service through developing the customer relationship for along time with the excellent delivery service system, so that will be produced superior value customer and strong customer trust and than finally, the best corporate reputation.

The respondens is consist of celluler customers in Bandung.

The result is dianalyzed by frequently distribution analyzed for describing the performance of customer relationship and service delivery system, and than by structural equation modelling for measuring the influence of customer relationship and service delivery system to corporate reputation through customer value anda customer trust.

Finally, the customer ralationship influence corporate reputation significantly, but service delivery system did'nt give a better result.

Key Word : Customer Relationship, Service Delivery System, Customer Value, Customer Trust, Corporate Reputation

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT , akhirnya disertasi ini dapat selesai sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Program Doktor Ilmu Ekonomi Kekhususan Manajemen Bisnis, Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung.

Disertasi ini diberi judul “ Pengaruh Kinerja Kereliasian Pelanggan dan Sistem Penyampaian Jasa Terhadap Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan. ”

Promovendus menyadari bahwa disertasi ini kumpulan amal sholeh dari semua pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, perhatian, pengorbanan, bantuan, harapan dan do'a. Oleh karena itu selayaknya promovendus menyampaikan penghargaan, penghormatan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Yang tercinta ayahanda Bapak Drs. H. Prajitno Mangunwiyoto SH dan ibunda Hj. Siti Soendari, anak-anakku Fajarina Ambarasari, Muhammad Irfan Althoriq dan Haura Hilmy Rahmani, serta kakak-kakakku dan keponakan-keponakanku yang selalu memberi dukungan kepada Promovendus berkaitan dengan penyelesaian studi promovendus dan doa untuk keberhasilan studi Promovendus.
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Ir. Ganjar Kurnia, DEA, selaku Rektor Universitas Padjadjaran, yang terhormat Bapak Prof. Dr. Ir. H. Mahfud Arifin, MS selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran, yang terhormat Ibu Prof. Dr. Hj. Erni Tisnawati Sule SE, MS selaku Guru Besar dan juga Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran.

3. Penghargaan yang tinggi serta rasa terima kasih yang tulus kepada yang terhormat Bapak Prof. Dr. H. Sucherly, SE. MS, selaku Ketua Tim Promotor dan Dosen Pengajar, yang terhormat Bapak Prof. Dr. H. Yuyus Suryana SE, MS, selaku anggota I Tim Promotor dan Dosen Pengajar, yang terhormat Bapak Septiadi PhD, selaku anggota II Tim Promotor.
4. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. H. Surachman Sumawihardja, SE, selaku Ketua Tim Penelaah dan Dosen Pengajar, yang terhormat Ibu Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, SE Spec.linc selaku anggota Tim Penelaah dan Dosen Pengajar, yang terhormat Ibu Dr. Hj. Yevis Martin Osman SE, MS dan Ibu Dr. Hj. Imas Soemaryani SE, MS selaku anggota Tim Penelaah.
5. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. H. Sucherly SE, MS, selaku Ketua Program, yang terhormat Ibu Dr. Hj. Imas Soemaryani SE, MS selaku Sekretaris Bidang Administrasi Umum dan Keuangan, serta staf karyawan yang tidak mungkin promovendus sebutkan namanya satu persatu.
6. Yang terhormat para Dosen Pengajar pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Kekhususan Manajemen Bisnis Universitas Padjadjaran yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama kegiatan belajar mengajar berlangsung.
7. Yang terhormat Bapak Drs. H. Deddy Kurniadi, selaku Kepala Pusat Management Consulting Center PT. Telkom, yang telah memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan studi lanjut S-3, serta rekan-rekan Management Consulting Center PT. Telkom yang telah mendorong promovendus agar segera menyelesaikan pendidikan Doktoral ini.

- 8.. Manajemen Perusahaan Operator Telepon Seluler yang telah memberi izin serta pegawai yang telah memberikan data dan atas kerepotan selama penelitian, yaitu PT. Telkom, PT. Telkomsel, PT. Indosat, PT. Excelcomindo, PT. Mobile-8, PT. Hutchinson, PT. Bakrie Telecom, PT. Natrindo Nusantara, PT. Sampoerna Tel, PT. Smart Telecom.
9. Para responden dan keluarganya yang telah bersusah payah meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan.
10. Yang terhormat Bapak Kelik, Ibu Euis, Ibu Ita dan staf lainnya Perpustakaan Magister Manajemen - Doktor Manajemen Bisnis Universitas Padjadjaran.
11. Yang saya banggakan rekan-rekan mahasiswa pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Kekhususan Manajemen Bisnis Universitas Padjadjaran, khususnya mahasiswa angkatan VI, yang telah memberikan suasana kebersamaan dalam nuansa atmosfir ilmiah sehingga promovendus dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Besar harapan promovendus bahwa disertasi ini akan memberi manfaat bagi berbagai pihak, akhirnya promovendus mengucapkan jazakallah khairan khatsiran, semoga Allah SWT membalas semua amal kebajikan dengan yang lebih baik.

Bandung, 31 Januari 2011

Bambang Fajarisman

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Identifikasi, Batasan dan Rumusan Masalah | 12 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 12 |
| 1.2.2. Batasan Masalah | 14 |
| 1.2.3. Rumusan Masalah | 16 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 17 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 18 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis | 18 |
| 1.4.2. Manfaat Guna Laksana | 19 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 2.1. Kajian Pustaka | 20 |
| 2.1.1. Kerelasiaan Pelanggan | 20 |
| 2.1.2. Sistim Penyampaian Jasa | 24 |
| 2.1.3. Nilai Pelanggan | 28 |
| 2.1.4. Kepercayaan Pelanggan | 34 |
| 2.1.5. Reputasi Perusahaan | 44 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran | 50 |
| 2.2.1. Hubungan Kerelasiaan Pelanggan, Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan..... | 55 |
| 2.2.2. Hubungan Sistim Penyampaian Jasa, Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan..... | 57 |
| 2.3. Hipotesis | 60 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Metode Yang Digunakan | 62 |
| 3.2. Operasionalisasi Variabel | 66 |
| 3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data / Informasi..... | 72 |
| 3.3.1. Sumber Data / Informasi..... | 72 |
| 3.3.2. Teknik Penentuan Sampel | 74 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 77 |
| 3.4.1. Rancangan Pengujian Validitas..... | 80 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 3.4.2. | Rancanagan Pengujian Reliabilitas | 81 |
| 3.5. | Rancangan Analisis dan Uji Hipótesis | 83 |
| 3.5.1 | Rancangan Analisis | 83 |
| 3.5.1.1. | Rancangan Analisis Deskriptif..... | 84 |
| 3.5.1.2 | Rancangan Analisis Verifikatif..... | 85 |
| 3.5.2. | Rancangan Uji Hipotesis..... | 86 |
| 3.5.2.1. | Rancangan Uji Hipotesis Deskriptif.. | 86 |
| 3.5.2.2. | Rancangan Uji Hipotesis Verifikatif.. | 87 |
| 3.6 | Rancangan Pemecahan Masalah | 101 |
| 3.6.1. | Perumusan Tujuan | 102 |
| 3.6.2. | Pemetaan Strategi | 103 |
| 3.6.3. | Operasionalisasi Strategi | 104 |
| 3.6.4. | Rencana Tindakan..... | 104 |
| 3.6.5. | Rencana Evaluasi dan Kontrol | 104 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PEMECAHAN MASALAH

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.1. | Profil Pelanggan Telepon Seluler..... | 105 |
| 4.1.1 | Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 105 |
| 4.1.2 | Berdasarkan Usia..... | 105 |
| 4.1.3. | Berdasarkan Status Perkawinan..... | 106 |
| 4.1.4. | Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan..... | 106 |
| 4.1.5. | Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 107 |
| 4.1.6. | Berdasarkan Pekerjaan..... | 107 |
| 4.1.7. | Berdasarkan Derajat Kepemilikan Ponsel | 108 |
| 4.1.8. | Berdasarkan Frekuensi Rata-Rata Pemakaian Telepon Seluler / Hari..... | 108 |
| 4.1.9. | Berdasarkan Frekuensi Rata-Rata Melakukan Penggantian Nomor Per-Semester..... | 108 |
| 4.1.10. | Berdasarkan Rata-Rata Biaya Untuk Kebutuhan Telepon Seluler..... | 109 |
| 4.1.11. | Berdasarkan Alasan Menyukai Operator Telepon Seluler Tertentu..... | 109 |
| 4.1.12. | Berdasarkan Alasan Memilih Kartu Seluler Tertentu..... | 110 |
| 4.2. | Kinerja Kerelasian Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa , Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan Menurut Pelanggan..... | 110 |
| 4.3. | Analisis Instrumen..... | 125 |
| 4.3.1. | Pengujian Validitas dan Reliabilitas | 125 |
| 4.3.2. | Analisa Faktor Konfirmatori Kinerja Kerelasian Pelanggan, Sistim Penyampaian Jasa, Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan | 129 |

| | | |
|----------------------------------|--|-----|
| 4.3.3 | Pengaruh Kinerja Kerelasiaan Pelanggan, Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Nilai Pelanggan Telepon Seluler di Bandung..... | 131 |
| 4.3.4. | Pengaruh Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Kepercayaan Pelanggan Telepon Seluler di Bandung..... | 136 |
| 4.3.5. | Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Telepon Seluler di Bandung..... | 141 |
| 4.3.6. | Pengaruh Kinerja Kerelasiaan Pelanggan, Sistim Penyampaian Jasa Melalui Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Telepon Seluler di Bandung..... | 143 |
| 4.3.7. | Pengaruh Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Reputasi Perusahaan Operator Telepon Seluler Di Bandung | 146 |
| 4.3.8. | Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan Telepon Seluler di Bandung..... | 151 |
| 4.3.9. | Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan Telepon Seluler di Bandung..... | 153 |
| 4.4. | Rancangan Pemecahan Masalah..... | 155 |
| 4.4.1. | Perumusan Tujuan..... | 155 |
| 4.4.2. | Pemetaan Strategi..... | 156 |
| 4.4.3. | Operasionalisasi Strategi..... | 158 |
| 4.4.4. | Rencana Tindakan..... | 161 |
| 4.4.5. | Evaluasi dan Kontrol..... | 165 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 167 |
| 5.2. | Saran..... | 169 |
| | . | |
| DAFTAR PUSTAKA | | 172 |
| DAFTAR KATA-KATA GLOSSARY | | 178 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Judul | Halaman |
|----------------------|---|----------------|
| 1.1 | Perubahan Paradigma Dalam Industri Telematika..... | 3 |
| 1.2 | Jumlah Pelanggan Industri Telematika | 4 |
| 1.3 | Operator dan Produk Telepon Seluler di Indonesia..... | 5 |
| 1.4 | Market Share Telepon Seluler Pada 7 Kota Besar | 5 |
| 1.5 | Perangkat Pendukung Coverage Area Operator Ponsel..... | 6 |
| 1.6 | Average Revenue Per-Unit (Rupiah) | 7 |
| 1.7 | Tarif Pulsa Telepon Seluler (Rupiah) | 8 |
| 1.8 | Jumlah Churn Masing-Masing Operator Ponsel | 10 |
| 2.1 | Perubahan Fokus Pemasaran Antara Transaction Marketing dengan Relationship Marketing | 22 |
| 3.1 | Disain Penelitian | 65 |
| 3.2 | Operasionalisasi Variabel..... | 67 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 73 |
| 3.4 | Jumlah Churn Pelanggan Telepon Seluler di Bandung..... | 76 |
| 3.5 | Distribusi Jumlah Sampel Penelitian | 77 |
| 3.6 | Teknik Pengumpulan Data | 79 |
| 3.7 | Kriteria Pemberian Skor Angket | 79 |
| 3.8 | Rancangan Analisis..... | 86 |
| 4.1 | Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 105 |
| 4.2 | Profil Pelanggan Berdasarkan Usia..... | 105 |
| 4.3 | Profil Pelanggan Berdasarkan Status Perkawinan..... | 106 |
| 4.4 | Profil Pelanggan Berdasarkan Rata2 Penghasilan/Bulan..... | 106 |
| 4.5 | Profil Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 107 |
| 4.6 | Profil Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan | 107 |
| 4.7 | Profil Pelanggan Berdasarkan Derajat Kepemilikan Telepon Seluler..... | 108 |
| 4.8 | Profil Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Pemakaian Telepon Seluler / Hari | 108 |
| 4.9 | Profil Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Penggantian Nomor Telepon..... | 108 |
| 4.10 | Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Biaya Untuk Kebutuhan Telepon Selelur Per-Bulan | 109 |
| 4.11 | Profil Pelanggan Berdasarkan Alasan Menyukai Operator Seluler Tertentu | 109 |
| 4.12 | Profil Pelanggan Berdasarkan Alasan Memilih Merk Telepon Seluler Tertentu | 110 |
| 4.13 | Kinerja Indikator-Indikator Sub Variabel Komunikasi Melalui Surat..... | 111 |
| 4.14 | Kinerja Indikator-Indikator Sub Variabel Perlakuan Istimewa..... | 111 |
| 4.15 | Kinerja Indikator Sub Variabel Interaksi Petugas Dengan.Pelanggan..... | 111 |
| 4.16 | Kinerja Indikator Sub Variabel Penghargaan Yang Nyata..... | 112 |

| | | |
|------|---|-----|
| 4.17 | Uji Kruskal-Wallis Test Statistic..... | 112 |
| 4.18 | Rangkuman (Rekapitulasi) Indikator Sub Variabel Kerelasian Pelanggan Telepon Seluler (n=250)..... | 113 |
| 4.19 | Kinerja Indikator Sub Variabel Ketersediaan | 114 |
| 4.20 | Kinerja Indikator-Indikator Sub Variabel Kenyamanan..... | 115 |
| 4.21 | Kinerja Indikator-Indikator Sub Variabel Ketertarikan..... | 115 |
| 4.22 | Uji Kruskal-Wallis Test Statistic..... | 116 |
| 4.23 | Rangkuman (Rekapitulasi) Indikator (Variabel Sistem Penyampaian Jasa Kerelasian Pelanggan Telepon Seluler (n=250)..... | 116 |
| 4.24 | Kinerja Indikator Sub Variabel Manfaat..... | 117 |
| 4.25 | Kinerja Indikator Sub Variabel Biaya..... | 117 |
| 4.26 | Tabel Kruskal-Wallis Test Statistic..... | 118 |
| 4.27 | Rangkuman (Rekapitulasi) Indikator Sub Variabel Nilai Pelanggan..... | 119 |
| 4.28 | Kinerja Indikator Sub Variabel Intgritas..... | 120 |
| 4.29 | Kinerja Indikator Sub Variabel Komitmen..... | 120 |
| 4.30 | Kinerja Indikator Sub Variabel Konsistensi..... | 120 |
| 4.31 | Uji Kruskal-Wallis Test Statistic..... | 121 |
| 4.32 | Rangkuman (Rekapitulasi) Indikator Variabel Kepercayaan Pelanggan.... | 121 |
| 4.33 | Kinerja Indikator Sub Variabel Kredibilitas..... | 122 |
| 4.34 | Kinerja Indikator Sub Variabel Tanggung Jawab..... | 123 |
| 4.35 | Kinerja Indikator Sub Variabel Kejujuran..... | 123 |
| 4.36 | Kinerja Indikator Sub Variabel Keandalan Produk..... | 124 |
| 4.37 | Uji Kruskal-Wallis Test Statistic..... | 124 |
| 4.38 | Rangkuman (Rekapitulasi) Indikator Variabel Reputasi..... | 125 |
| 4.39 | Uji Validitas Kerelasian Pelanggan..... | 126 |
| 4.40 | Uji Validitas Sistem Penyampaian Jasa..... | 126 |
| 4.41 | Uji Validitas Nilai Pelanggan..... | 127 |
| 4.42 | Uji Validitas Kerelasian Pelanggan..... | 128 |
| 4.43 | Uji Validitas Reputasi Perusahaan..... | 128 |
| 4.44 | Uji Reliabilitas..... | 129 |
| 4.45 | Uji Kecocokan Model CFA..... | 130 |
| 4.46 | Uji Parsial Kerelasian Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Nilai Pelanggan..... | 133 |
| 4.47 | Uji Parsial Kerelasian Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 138 |
| 4.48 | Uji Parsial Kerelasian Pelanggan, Sistim Penyampaian Jasa dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 145 |
| 4.49 | Uji Parsial Kerelasian pelanggan dan sistim Penyampaian Jasa Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 148 |
| 4.50 | Pemetaan strategi Masing-Masing Variabel Solusi..... | 157 |
| 4.51 | Langkah-Langkah Operasional strategi Peningkatan Kinerja Kerelasian Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa..... | 159 |
| 4.52 | Rencana Tindakan..... | 161 |

DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul | Halaman |
|---------------|--|---------|
| 1.1 | Perubahan Paradigma Dalam Industri Telematika..... | 3 |
| 1.2 | Jumlah Pelanggan Industri Telematika..... | 4 |
| 1.3. | Operator dan Produk Telepon Seluler di Indonesia..... | 5 |
| 1.4. | Market Share Pada 7 (tujuh) Kota Besar di Indonesia..... | 5 |
| 1.5 | Perangkat Pendukung Coverage Area Telepon Seluler..... | 6 |
| 1.6 | Tarif Pulsa Telepon Seluler..... | 9 |
| 1.7 | Judul Churn Masing-Masing Operator Telepon Seluler..... | 10 |
| 2.1 | Model Customer Relationship dan Behavioral Loyalty | 23 |
| 2.2 | Proporsi Nilai Pelanggan | 29 |
| 2.3 | Penerapan Strategi Pemasaran untuk Menciptakan Nilai Pelanggan Superior | 30 |
| 2.4 | Determinant of Customer Perceived Value..... | 32 |
| 2.5 | A Share of The Customer Heart..... | 40 |
| 2.6 | Relationship Ladders On Stages..... | 42 |
| 2.7 | From Identity To Reputation..... | 45 |
| 2.8 | What Makes A Good Reputation | 48 |
| 2.9 | Paradigma Penelitian | 59 |
| 3.1 | Model Persamaan Struktur | 89 |
| 3.2 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Nilai Pelanggan..... | 92 |
| 3.3 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 94 |
| 3.4 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 95 |
| 3.5 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Melalui Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 96 |
| 3.6 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 98 |
| 3.7 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Nilai Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 99 |
| 3.8 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kepercayaan Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 100 |
| 3.9 | Rancangan Pemecahan Masalah..... | 102 |
| 3.10 | Model Rancangan Pemecahan Masalah | 103 |
| 4.1 | Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 105 |
| 4.2 | Profil Pelanggan Berdasarkan Usia..... | 106 |
| 4.3 | Profil Pelanggan Berdasarkan Status Perkawinan..... | 106 |
| 4.4 | Profil Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Per Bulan..... | 107 |
| 4.5 | Profil Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 107 |
| 4.6 | Profil Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan | 107 |

| | | |
|------|--|-----|
| 4.7 | Profil Pelanggan Berdasarkan Derajat Kepemilikan Telepon Seluler... | 108 |
| 4.8 | Profil Pelanggan Frekuensi Rata-Rata Pemakaian Telepon Seluler Per-Hari..... | 108 |
| 4.9 | Profil Pelanggan Berdasarkan Frekuensi Rata-Rata Melakukan Penggantian Nomor Per-Semester..... | 109 |
| 4.10 | Profil Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Biaya Kebutuhan Telepon Seluler Per-Bulan..... | 109 |
| 4.11 | Profil Pelanggan Berdasarkan Alasan Menyukai Operator Telepon Seluler Tertentu | 109 |
| 4.12 | Profil Pelanggan Berdasarkan Alasan Memilih Operator Telepon Seluler Tertentu..... | 110 |
| 4.13 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Nilai Pelanggan..... | 131 |
| 4.14 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 136 |
| 4.15 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 141 |
| 4.16 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Melalui Nilai Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan..... | 143 |
| 4.17 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kerelasiaan Pelanggan dan Sistim Penyampaian Jasa Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 146 |
| 4.18 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Nilai Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 152 |
| 4.19 | Struktur Hubungan Kausal Kinerja Kepercayaan Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan..... | 153 |
| 4.20 | Temuan Penelitian..... | 157 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Profil Pelanggan
- Lampiran 4 : Kinerja Variabel Kerelasiaan Pelanggan, Sistem
Penyampaian Jasa, Nilai Pelanggan, Kepercayaan
Pelanggan dan Reputasi Perusahaan
- Lampiran 5 : Data Ordinal Hasil Survey
- Lampiran 6 : Struktur Model
- Lampiran 7 : Output Lisrel 8.5