

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Abstrak</b>	i
<b>Kata Pengantar</b>	iii
<b>Daftar Isi</b>	v
<b>Daftar Tabel</b>	vii
<b>Daftar Gambar</b>	viii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
<b>BAB II. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Perspektif Kualitas Pelayanan	10
2.1.3 Manfaat Kualitas Pelayanan	12
2.1.4 Mengelola Kualitas Pelayanan	13
2.1.5 Kualitas Pelayanan Dalam Konsep Produk	17
2.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.1.7 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	22
2.1.8 Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.1.9 Karakteristik Loyalitas	24
2.1.10 Peningkatan Loyalitas Pelanggan	26
2.1.11 Jenis – jenis Loyalitas	27
2.1.12 Langkah – langkah Pengukuran Loyalitas Pelanggan	30
2.1.13 Hubungan Antara Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.2 Kerangka Pemikiran	32
2.3 Hipotesis	33
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	34
3.1 Metode yang Digunakan	34
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	35
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6 Metode Analisis	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	42

3.7	Rancangan Uji Hipotesis	44
3.8	Rancangan Implikasi Hasil Penelitian	52
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>53</b>
4.1	Profil Bengkel AA Motor Bandung	53
4.1.2	Struktur Organisasi Bengkel AA Motor Bandung	54
4.2	Pembahasan	56
4.2.1	Uji Kualitas Alat Ukur Penelitian	56
4.2.2	Deskripsi Data Penelitian	58
4.2.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan di Bengkel	59
4.2.2.2	Gambaran Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Bengkel AA Motor Bandung	66
4.2.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	70
4.2.3.1	Koefisien Korelasi	70
4.2.3.2	Koefisien Jalur	72
4.2.3.3	Pengujian Hipotesis	74
4.2.3.4	Besar Kontribusi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	84
<b>BAB . KESIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>87</b>
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
<b>Daftar Pustaka</b>		
<b>Lampiran</b>		