

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... ii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR..... vi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

1.4.1 Manfaat Teoritis 11

1.4.2 Manfaat Praktis 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

..... 12

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Manajemen..... 12

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 12

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 13

2.1.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran..... 24

2.1.2 Citra Perusahaan.....	25
2.1.2.1 Pengertian Citra Perusahaan.....	25
2.1.2.2 Komponen Citra Perusahaan	26
2.1.2.3 Indikator Pembentukan Citra Perusahaan	27
2.1.3 Penanganan Keluhan	29
2.1.3.1 Pengertian Keluhan	29
2.1.3.2 Langkah Penanganan Keluhan	30
2.1.3.3 Dimensi Penanganan Keluhan.....	31
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	34
2.1.4.2 Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan	35
2.1.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	36
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.2.1 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.2 Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.2.3 Pengaruh Citra Perusahaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.3 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	46
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
3.2.1 Definisi Variabel	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	49

3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel.....	50
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1	Sumber Data.....	52
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5	Teknik Analisis Data	53
3.5.1	Analisis Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	54
3.5.2	Analisis Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan	56
3.5.3	Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan	58
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	62
3.6.1	Tempat Penelitian.....	62
3.6.2	Waktu Penelitian	62
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Hasil Penelitian	64
4.1.1.	Gambaran Umum Skincare Evren Beauty	64
4.1.1.1.	Sejarah Singkat Skincare Evren Beauty	64
4.1.1.2.	Visi dan Misi Skincare Evren Beauty	64
4.1.1.3.	Pelayanan dan Produk Skincare Evren Beauty	65
4.1.1.4.	Struktur Organisasi Skincare Evren Beauty	65
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	65
4.1.3.	Deskripsi Variabel yang Diteliti	67
4.1.3.1.	Deskripsi tentang Citra Perusahaan pada Skincare	

Evren Beauty.....	67
4.1.3.2. Deskripsi tentang Penanganan Keluhan pada Skincare Evren Beauty.....	77
4.1.3.3. Deskripsi tentang Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty.....	88
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	99
4.1.4.1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty	99
4.1.4.2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty.....	104
4.1.4.3. Pengaruh Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty	110
4.2. Pembahasan.....	118
4.2.1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty	118
4.2.2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty	118
4.2.3. Pengaruh Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty.....	119
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1. Simpulan.....	121
5.2. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Skincare Evren Beauty Januari 2022 sd Desember 2022.....	5
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Pra Survey Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty di Kota Tasikmalaya.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	51
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	58
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	60
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	62
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4 Skincare Evren Beauty Merupakan Perusahaan Yang Dapat Dipercaya Oleh Konsumen	68
Tabel 4.5 Skincare Evren Beauty Memiliki Citra Perusahaan Yang Baik	69
Tabel 4.6 Skincare Evren Beauty Terkenal Di Kota Tasikmalaya	69
Tabel 4.7 Skincare Evren Beauty Merupakan Perusahaan Yang Memiliki Reputasi Tinggi	70
Tabel 4.8 Skincare Evren Beauty Memberikan Jaminan Keamanan Kepada Konsumennya.....	71
Tabel 4.9 Karyawan Skincare Evren Beauty Memberikan Pelayanan Yang Prima Kepada Konsumennya	71
Tabel 4.10 Karyawan Skincare Evren Beauty Cepat Tanggap Terhadap Saran	

Dari Konsumen.....	72
Tabel 4.11 Karyawan Skincare Evren Beauty Memberikan Pelayanan Dengan Sopan Dan Ramah.....	73
Tabel 4.12 Skincare Evren Beauty Memiliki Logo Yang Mudah Dikenal Oleh Konsumen.....	73
Tabel 4.13 Skincare Evren Beauty Mempunyai Slogan Yang Mudah Diingat Oleh Konsumen.....	74
Tabel 4.14 Rekapitulasi Variabel Citra Perusahaan pada Skincare Evren Beauty.....	75
Tabel 4.15 Interpretasi Untuk Variabel Citra Perusahaan	77
Tabel 4.16 Karyawan Skincare Evren Beauty Mendengarkan Dengan Baik Keluhan-Keluhan Konsumennya.....	78
Tabel 4.17 Karyawan Skincare Evren Beauty Dapat Memahami Situasi Ketika Konsumen Mengeluh Pada Pelayanannya.....	79
Tabel 4.18 Karyawan Skincare Evren Beauty Akan Segera Mengambil Tindakan Apabila Terdapat Keluhan Konsumen	80
Tabel 4.19 Perusahaan Skincare Evren Beauty Merespon Dengan Cepat Keluhan Konsumen	80
Tabel 4.20 Konsumen Tidak Segan Memberikan Masukan Atau Saran Karena Skincare Evren Beauty Sangat Cepat Dalam Menanggapinya	81
Tabel 4.21 Konsumen Merasa Perusahaan Skincare Evren Beauty Selalu Memberikan Solusi Dengan Cepat.....	82
Tabel 4.22 Karyawan Skincare Evren Beauty Selalu Memberikan Solusi Yang Adil Sehingga Tidak Ada Pihak Yang Merasa Dirugikan.....	83

Tabel 4.23 Karyawan Skincare Evren Beauty Tidak Segan-Segan Meminta Maaf Kepada Konsumen Ketika Terjadi Kesalahan Dalam Pelayanan.....	83
Tabel 4.24 Konsumen Merasa Tidak Kesulitan Dalam Menyampaikan Komentar, Saran, Kritik Atau Pertanyaan Pada Perusahaan Skincare Evren Beauty	84
Tabel 2.25 Karyawan Skincare Evren Beauty Memberikan Informasi Yang Jelas Dan Mudah Dimengerti	85
Tabel 4.26 Rekapitulasi Variabel Penanganan Keluhan pada Skincare Evren Beauty	86
Tabel 4.27 Interpretasi Untuk Variabel Penanganan Keluhan.....	88
Tabel 4.28 Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur Pada Skincare Evren Beauty	89
Tabel 4.29 Konsumen Akan Tetap Melakukan Pembelian Pada Skincare Evren Beauty Meskipun Harganya Mengalami Kenaikan	90
Tabel 4.30 Konsumen Akan Tetap Melakukan Pembelian Pada Skincare Evren Beauty Meskipun Perusahaan Pesaing Lebih Baik Kualitasnya.....	91
Tabel 4.31 Konsumen Akan Mencoba Produk Baru Yang Dikeluarkan Oleh Skincare Evren Beauty	92
Tabel 4.32 Konsumen Akan Mencoba Jasa Layanan Yang Baru Yang Pada Skincare Evren Beauty	92
Tabel 4.33 Konsumen Bersedia Mereferensikan Skincare Evren Beauty Kepada Rekan Kerjanya.....	93
Tabel 4.34 Konsumen Bersedia Mereferensikan Skincare Evren Beauty	

Kepada Keluarganya	94
Tabel 4.35 Konsumen Akan Menceritakan Kelebihan Produk Atau Jasa Skincare Evren Beauty Pada Orang Lain	94
Tabel 4.36 Konsumen Tidak Akan Berpindah Pada Perusahaan Pesaing Meskipun Pernah Mengeluh Dengan Pelayanan Skincare Evren Beauty.....	95
Tabel 4.37 Konsumen Akan Tetap Memilih Skincare Evren Beauty Meskipun Perusahaan Pesaing Harganya Lebih Murah.....	96
Tabel 4.38 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan pada Skincare Evren Beauty	97
Tabel 4.39 Interpretasi Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan.....	99
Tabel 4.40 Tabulasi Data Mengenai Citra Perusahaan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Skincare Evren Beauty	99
Tabel 4.41 Tingkat Koefisien Korelasi.....	103
Tabel 4.42 Tabulasi Data Mengenai Penanganan Keluhan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Skincare Evren Beauty	105
Tabel 4.43 Tingkat Koefisien Korelasi.....	108
Tabel 4.44 Tabulasi Data Pengaruh Citra Perusahaan (X_1) dan Penanganan Keluhan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Skincare Evren Beauty.....	110
Tabel 4.45 Tingkat Koefisien Korelasi.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Skincare Evren Beauty.....	65