

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	31
2.1.4 Kepercayaan Konsumen.....	36
2.1.5 Loyalitas Konsumen	40
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	47
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.2.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	52

2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	53
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	54
2.3 Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	58
3.2 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel.....	60
3.2.1 Definisi Variabel.....	60
3.2.2 Operasional Variabel.....	61
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	63
3.3.1 Populasi	63
3.3.2 Sampel	64
3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan	66
3.4.1 Sumber Data	66
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	67
3.5 Teknik Analisis Data	68
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	68
3.5.2 Analisis Verifikatif	72
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian	83
3.6.1 Tempat Penelitian	83
3.6.2 Waktu Penelitian.....	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Hasil Penelitian.....	85
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.1.2 Karakteristik Responden	94
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	98
4.1.4 Pengujian Hipotesis	156
4.2 Pembahasan.....	184
4.2.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Konsumen di Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	184
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen di Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	188

4.2.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen di Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	192
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	197
5.1 Simpulan.....	197
5.2 Saran.....	198
DAPTAR PUSTAKA.....	201
LAMPIRAN-LAMPIRAN	208

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survei Mengenai Loyalitas Konsumen	5
Tabel 1.2	Hasil Pra Survei Mengenai <i>Customer Experience</i>	7
Tabel 1.3	Hasil Pra Survei Mengenai Kepercayaan Konsumen	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	49
Tabel 3.1	Operasional Variabel	62
Tabel 3.2	Jumlah Populasi Konsumen Klinik Kecantikan Shayla Tasikmalaya	64
Tabel 3.3	Pilihan Jawaban dan Skor Skala Likert.....	67
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	73
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Pelaksanaan.....	84
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	96
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	97
Tabel 4.4	Pedoman Interpretasi.....	99
Tabel 4.5	Pengalaman saya saat pertama kali menggunakan layanan dan produk di Klinik Pratama Shayla berjalan tanpa hambatan	100
Tabel 4.6	Setiap tahapan pelayanan di Klinik Pratama Shayla berjalan sesuai dengan yang saya harapkan.....	101
Tabel 4.7	Saya tidak mengalami kebingungan dalam mengikuti proses pelayanan di Klinik Pratama Shayla ini	102
Tabel 4.8	Pelayanan yang saya terima membuat saya merasa nyaman selama berada di Klinik Pratama Shayla	103
Tabel 4.9	Interaksi dengan staf Klinik Pertama Shayla membuat saya merasa nyaman selama berada disana	104
Tabel 4.10	Setelah perawatan saya merasakan perasaan puas terhadap layanan yang diberikan Klinik Pratama Shayla.....	105

Tabel 4.11	Saya memiliki keyakinan bahwa Klinik Pratama Shayla memberikan layanan yang berkualitas	106
Tabel 4.12	Saya merasa keputusan memilih Klinik Pratama Shayla merupakan keputusan yang tepat	107
Tabel 4.13	Saya menilai informasi yang diberikan Klinik Pratama Shayla membantu saya dalam memilih perawatan	108
Tabel 4.14	Pengalaman saya di Klinik Pratama Shayla mendorong saya untuk lebih rutin melakukan perawatan	109
Tabel 4.15	Saya terdorong untuk mencoba layanan lain setelah merasakan salah satu perawatan di Klinik Pratama Shayla	110
Tabel 4.16	Saya mulai menjadikan perawatan di Klinik Pratama Shayla sebagai kebutuhan, bukan sekedar keinginan	111
Tabel 4.17	Saya merasa pengalaman di Klinik Pratama Shayla mendukung kepercayaan diri saya dalam bersosialisasi	112
Tabel 4.18	Saya merasa lebih percaya diri setelah melakukan perawatan di Klinik Pratama Shayla.....	113
Tabel 4.19	Saya merasa pengalaman di Klinik Pratama Shayla ini dapat saya bagikan dengan percaya diri kepada orang lain	114
Tabel 4.20	Rekapitulasi Customer Experience pada Konsumen Klinik Kecantikan Pratama Shayla Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	115
Tabel 4.21	Pedoman Interpretasi Tentang Customer Experience.....	118
Tabel 4.22	Saya merasa perawatan di Klinik Pratama Shayla mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan saya	119
Tabel 4.23	Klinik Kecantikan Pratama Shayla mampu memberikan solusi perawatan yang sesuai dengan kondisi kulit saya	120
Tabel 4.24	Hasil layanan yang saya terima di Klinik Pratama Shayla menunjukkan kualitas yang dapat diandalkan.....	121
Tabel 4.25	Saya merasa bahwa staf Klinik Pratama Shayla benar-benar memperhatikan kebutuhan saya sebagai pelanggan.....	122
Tabel 4.26	Klinik Pratama Shayla tidak memaksakan layanan yang sebenarnya tidak saya butuhkan.....	123

Tabel 4.27	Saya merasa kebutuhan saya dipahami dengan baik oleh staf Klinik Pratama Shayla.....	124
Tabel 4.28	Informasi yang saya terima dari Klinik Pratama Shayla sesuai dengan kenyataan yang saya alami	125
Tabel 4.29	Klinik Pratama Shayla bersikap terbuka dalam menjelaskan detail layanan yang diberikan.....	126
Tabel 4.30	Saya merasa tidak ada hal yang disembunyikan Klinik Pratama Shayla dalam proses pelayanan.....	127
Tabel 4.31	Klinik Pratama Shayla menerima kualitas layanan yang konsisten pada setiap kunjungan saya	128
Tabel 4.32	Klinik Pratama Shayla memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan	129
Tabel 4.33	Klinik Pratama Shayla mampu memenuhi harapan saya terhadap hasil perawatan.....	130
Tabel 4.34	Saya merasa yakin terhadap keamanan tindakan perawatan yang dilakukan Klinik Pratama Shayla.....	131
Tabel 4.35	Saya merasa yakin terhadap kualitas produk Klinik Pratama Shayla yang saya gunakan	132
Tabel 4.36	Saya merasa nyaman mempercayakan perawatan saya di Klinik Pratama Shayla.....	133
Tabel 4.37	Rekapitulasi Kepercayaan Konsumen pada Konsumen Klinik Kecantikan Pratama Shayla Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	134
Tabel 4.38	Pedoman Interpretasi Tentang Kepercayaan Konsumen.....	137
Tabel 4.39	Saya berencana kembali menggunakan layanan dan produk Klinik Pratama Shayla di masa mendatang.....	138
Tabel 4.40	Saya memilih untuk kembali ke Klinik Pratama Shayla ini setelah pengalaman sebelumnya	139
Tabel 4.41	Saya menjadikan Klinik Pratama Shayla sebagai tempat perawatan yang sering saya kunjungi	140
Tabel 4.42	Saya pernah menganjurkan Klinik Pratama Shayla kepada orang terdekat saya.....	141

Tabel 4.43	Saya akan memberikan saran positif jika ada yang bertanya tentang klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	142
Tabel 4.44	Saya akan membagikan pengalaman positif saya di Klinik Pratama Shayla kepada orang terdekat.....	143
Tabel 4.45	Saya merasa cukup puas sehingga tidak tertarik untuk berpindah dari Klinik Pratama Shayla	144
Tabel 4.46	Saya tetap memilih Klinik Pratama Shayla meskipun banyak alternatif lain	146
Tabel 4.47	Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah dari Klinik Pratama Shayla ke klinik lain.....	147
Tabel 4.48	Saya sering menyampaikan pengalaman baik saya tentang Klinik Pratama Shayla.....	148
Tabel 4.49	Saya memberikan penilaian baik ketika membicarakan Klinik Pratama Shayla ini.....	149
Tabel 4.50	Saya menganggap Klinik Pratama Shayla memiliki reputasi dan keunggulan yang baik untuk dibicarakan.....	150
Tabel 4.51	Rekapitulasi Loyalitas Konsumen pada Konsumen Klinik Kecantikan Pratama Shayla Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	151
Tabel 4.52	Pedoman Interpretasi Tentang Loyalitas Konsumen.....	154
Tabel 4.53	Rekapitulasi Hasil Jawaban untuk variabel Customer Experience, Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen pada Konsumen Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	155
Tabel 4.54	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi.....	156
Tabel 4.55	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi.....	165
Tabel 4. 56	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi.....	173
Tabel 4.57	Rekapitulasi Uji Signifikansi Variabel Customer Experience, Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen di Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya.....	183

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Paradigma Penelitian.....	56
Gambar 3. 1	Flowchart.....	59
Gambar 4. 1	Lokasi Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	85
Gambar 4. 2	Kartu Member Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	86
Gambar 4. 3	Logo Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya	87
Gambar 4.4	Struktur Organisasi Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan	208
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian.....	209
Lampiran 3	Surat Balasan Penelitian	210
Lampiran 4	Surat Izin Perpanjangan Penelitian.....	211
Lampiran 5	Pra Survei Penelitian	212
Lampiran 6	Struktur Organisasi Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya.....	223
Lampiran 7	Kuesioner Penelitian.....	224
Lampiran 8	Karakteristik Responden.....	230
Lampiran 9	Rekap Data Tabulasi Variabel <i>Customer Experience</i>	233
Lampiran 10	Rekap Data Tabulasi Variabel Kepercayaan Konsumen.....	236
Lampiran 11	Rekap Data Tabulasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	239
Lampiran 12	Tabel Uji T	242
Lampiran 13	Tabel Uji F	243
Lampiran 14	Data Hasil Olah SPSS <i>Cutomer Experience</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	244
Lampiran 15	Data Hasil Olah SPSS Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	245
Lampiran 16	Data Hasil Olah SPSS <i>Customer Experience</i> dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	246
Lampiran 17	Daftar Riwayat Hidup.....	249