

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Permasalahan.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Teoritis	11
2.1.1. Kepuasan Pelayanan.....	11
2.1.2. Konsep Pelayanan	20
2.1.3. Kualitas Pelayanan	21
2.1.4. Layanan Purna Jual	22
2.1.5. Perilaku Konsumen	23
2.1.6. Nilai Tambah Konsumen	24
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Kerangka Pemikiran Konseptual	32
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2. Pendekatan Penelitian	33
3.3. Jenis Dan Sumber Data	33
3.4. Teknik Pengambilan Contoh.....	34
3.5. Metode Analisis Data.....	35
3.5.1. Analisis Deskriptif	35
3.5.2. <i>Structure Equation Modeling</i> (SEM).....	36
3.5.3. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	41
3.5.4. Analisis Diagonal	42
3.5.5. <i>Penalty Reward Analysis</i>	44
IV. GAMBARAN UMUM BLACKBERRY	
4.1 Sejarah BlackBerry	48
4.2 Produk Unggulan BlackBerry	49
4.3 Perkembangan BlackBerry	52

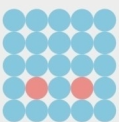
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Responden	54
5.1.1. Usia Responden	54
5.1.2. Jenis Kelamin Responden	55
5.1.3. Status Pernikahan Responden	56
5.1.4. Tingkat Pendidikan Responden	57
5.1.5. Pekerjaan Responden	59
5.1.6. Pengeluaran Responden	59
5.2 Perilaku Penggunaan	61
5.3 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	63
5.3.1. Tingkat Kepentingan Atribut BlackBerry	63
5.3.2. Tingkat Kinerja Pelanggan Terhadap Atribut BlackBerry	65
5.4 Analisis Model Persamaan Struktural (SEM)	67
5.4.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	67
5.4.2. Kontribusi Variabel Layanan Terhadap Kepuasan	74
5.4.3. Kontribusi Indikator pada Variabel Fasilitas Layanan	76
5.4.4. Kontribusi Indikator pada Variabel Suku Cadang	76
5.4.5. Kontribusi Indikator pada Variabel SDM	77
5.4.6. Kontribusi Indikator pada Variabel Hubungan Pelanggan	77
5.5 Indeks Kepuasan Pelanggan BlackBerry	79
5.6 Analisis Atribut Layanan Berdasarkan Hirarki Kebutuhan	79
5.7 Analisis Atribut Layanan Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Kinerja	81
5.8 Implikasi Manajerial	83
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

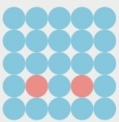
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



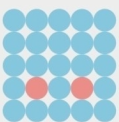
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1	Jenis Informasi dan Sumbernya	34
2	Varibel dan Atribut Kepuasan Terhadap Layanan Purna Jual BlackBerry	37
3	Ukuran Kriteria Kesesuaian Model	39
4.	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	42
5.	Informasi Fungsi dan Tujuan Alat Analisis	47
6.	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepentingan Atribut BlackBerry	64
7	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja Pelanggan terhadap Atribut BlackBerry	66
8	Hasil Kriteria Kesesuaian Keseluruhan Model Penelitian	69
9	Faktor Muatan dan Nilai Uji-t Model Kepuasan.....	73
10	Koefisien Konstruk dan Pengaruh Atribut Indikator	75
11	Kategori Atribut Berdasarkan Hierarki Kebutuhan	80
12	Hasil Analisis SEM, <i>Penalty Reward</i> dan Diagonal Split	84
13	Prioritas Atribut Peningkatan Pelayanan	85

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1	Fitur-fitur <i>Handphone</i> yang Biasa dan Paling Sering Digunakan Selain Telepon, SMS dan MMS.....	4
2	Konsep Kepuasan Pelanggan	15
3	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	32
4	Diagram Path Model Kepuasan Pengguna BlackBerry	40
5.	Diagonal Suharjo Split	43
6	Sebaran Responden Berdasarkan Usia	55
7	Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
8	Sebaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan	57
9	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	58
10	Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
11	Sebaran Responden Berdasarkan Pengeluaran	60
12	Sebaran Responden Berdasarkan Kedatangan Ke Tempat Pelayanan Purna Jual BlackBerry	62
13	Sebaran Responden Berdasarkan Jangka Waktu Kedatangan untuk Melakukan Servis	63
14	Diagram Lintas Model Kepuasan (<i>Standardized Solution</i>) Masyarakat terhadap Pelayanan Purna Jual BlackBerry	70
15	Nilai Uji-t Diagram Lintas Model Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan BlackBerry	72
16	Diagram Analisis <i>Diagonal</i> Suharjo Split Atribut Kepuasan Layanan Purna Jual BlackBerry	83

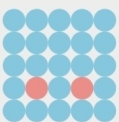
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1	Kuesioner Penelitian	96
2	Analisis Hubungan Tingkat Usia dengan Tingkat Kepuasan	102
3	Analisis Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Kepuasan.....	103
4	Analisis Hubungan Lama Penggunaan dengan Tingkat Kepuasan.....	104
5	Analisis Hubungan Waktu Servis dengan Tingkat Kepuasan	105
6	Uji Validitas	106
7	Uji Reliabilitas	112
8	Hasil Keluaran LISREL untuk Analisis Kepuasan	115

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.