

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	xi
Intisari	xii
Abstract	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Ruang Lingkup Pembahasan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Konsep <i>Service Quality</i>	15
2.1.2 Konsep <i>Customer Experience</i>	20
2.1.3 Pengukuran <i>Customer Experience</i>	27
2.2 Hipotesis	31
2.3 Kerangka Berfikir Pemecahan Masalah	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan	39
3.3.1 Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.2 Desain Kuesioner	40
3.3.3 Skala Pengukuran	40
3.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.4 Teknik Sampling	42
3.5 Analisa Deskriptif	44
3.6 Analisa <i>Structure Equation Model</i>	44
3.7 Pengujian Hipotesis	52
3.8 Analisa Tingkat Kepentingan dan <i>Gap</i> Kinerja-Harapan Pelanggan	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2 Gambaran Umum Responden	56
4.2.1 Responden Menurut Lokasi	56
4.2.2 Responden Menurut Usia	56
4.2.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	57
4.2.4 Responden Menurut Pekerjaan	58
4.2.5 Responden Menurut Pengeluaran Telekomunikasi	58
4.2.6 Responden Menurut Penggunaan Layanan	59
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	60
4.4 Deskripsi Variabel	61
4.5 Analisa <i>Structure Equation Model</i>	67
4.5.1 <i>Confirmatoy Factor Analysis (CFA)</i>	67
4.5.2 Analisa Model Struktural EXQ	71
4.5.3 Evaluasi Model Struktural	74
4.6 Pengujian Hipotesis	82
4.7 Pembahasan	84

4.7.1	Pembahasan Pengujian Hipotesis.....	84
4.7.2	Pembahasan Analisa Kepentingan, Kinerja, dan Harapan Pelanggan ..	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		91
5.1	Simpulan	91
5.2	Saran	93
Daftar Pustaka		96
 LAMPIRAN 1 KUESIONER		
 LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS & RELIABILITAS		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Konsentrasi Industri Telekomunikasi Seluler di Indonesia 2011-2014 .	1
Tabel 2. 1. Perbandingan Pengaruh EXQ dan SERVQUAL	32
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel Terikat	35
Tabel 3. 2. Operasional Variabel Pendekatan EXQ	37
Tabel 3. 3. Besar Sampel.....	43
Tabel 4. 1. Responden Menurut Lokasi	56
Tabel 4. 2. Responden Menurut Usia.....	57
Tabel 4. 3. Responden Menurut Pendidikan	57
Tabel 4. 4. Responden Menurut Pekerjaan	58
Tabel 4. 5. Responden Menurut Pengeluaran Telekomunikasi.....	59
Tabel 4. 6. Responden Menurut Layanan Data yang Paling Sering Digunakan ...	59
Tabel 4. 7. Rata-rata Pengeluaran Layanan Telekomunikasi.....	59
Tabel 4. 8. Deskripsi Variabel <i>Brand Experience</i>	61
Tabel 4. 9. Deskripsi variabel <i>Service Experience</i>	63
Tabel 4. 10. Deskripsi variabel <i>Post Purchase Experience</i>	64
Tabel 4. 11. Deskripsi variabel <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 4. 12. Deskripsi Atribut Loyalitas.....	66
Tabel 4. 13. Deskripsi Atribut <i>Word of Mouth</i>	66
Tabel 4. 14. Hasil Pengujian Model CFA Konstruk Eksogen	70
Tabel 4. 15. Hasil Pengujian Model CFA Konstruk Endogen	70
Tabel 4. 16. Pengujian Reliabilitas dan Validitas Model Pengukuran EXQ	71
Tabel 4. 17. <i>Regression Weight (Group number 1 – Default Model)</i>	73
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Fit Model Penuh EXQ.....	74
Tabel 4. 19. <i>Assessment of Normality (Group number 1)</i>	75
Tabel 4. 20. <i>Summary of Bootstrap Iteration (Default Model)</i>	77
Tabel 4. 21. <i>Observation farthest from the centroid (Mahalanobis Distance)</i>	79
Tabel 4. 22. <i>Regression Weights: (Group Number 1 – Default model)</i>	83

Tabel 4. 23. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	
.....	83
Tabel 4. 24. <i>Standardized Total Effects (Group number 1 – Default Model)</i>	85
Tabel 4. 25. Perbandingan Pengaruh EXQ dan Nilai Indeks Survey	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1. Model <i>Service Quality</i>	6
Gambar1.2. Faktor Penentu <i>Customer Satisfaction</i> Pasar Telekomunikasi Indonesia	13
Gambar1.3. Faktor Loyalitas terhadap Merek Operator.....	14
Gambar 2. 1. Pengukuran Kualitas Layanan menggunakan SERVQUAL.....	19
Gambar 2. 2. Model Konsep Terciptanya <i>Customer Experience</i>	23
Gambar 2.3. Penjelasan Perilaku Pelanggan.....	27
Gambar 2.4. Model <i>Customer Experience Quality</i>	31
Gambar 2. 5. Kerangka berfikir pemecahan masalah <i>customer experience quality</i>	33
Gambar 3. 1. Tahapan Penelitian.....	35
Gambar 3. 2. Diagram EXQ SEM Model.....	45
Gambar4. 1. CFA Konstruk Eksogen EXQ	68
Gambar4. 2. CFA Konstruk Endogen EXQ.....	69
Gambar4.3. Struktur Model Penuh EXQ	72
Gambar4. 4. Sebaran <i>Chi-Square</i> dalam Proses Bootstrap.....	78
Gambar4.5. Kuadran Tingkat Kepentingan terhadap Gap Kinerja dengan Harapan Pelanggan	89
Gambar4.6. Program Sertifikasi TrueBEx	90