

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I – 1
1.2 Perumusan Masalah	I – 2
1.3 Tujuan Penelitian	I – 2
1.4 Manfaat Penelitian	I – 2
1.5 Batasan Masalah	I – 3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Profil Telkomsel	II – 1
2.2 Sekilas Tentang Simpati	II – 1
2.2.1 Pelanggan Churn Simpati	II – 2
2.2.2 Manajemen Churn	II – 3
2.3 Pemasaran	II – 3
2.3.1 Konsep Inti Strategi Pemasaran	II – 3
2.3.2 Kepuasan Pelanggan	II – 4
2.3.2.1 Customer Satisfaction Index (CSI).....	II – 4
2.3.2.2 Customer Satisfaction Gap Index (CSGI)	II – 4
2.3.2.3 Performance Importance Matrix	II – 4
2.3.3 Loyalitas	II – 5
2.3.3.1 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	II – 6
2.3.4 Kualitas	II – 7
2.3.4.1 Dimensi Kualitas Produk Jasa/Service	II – 7
2.4 Proses Statistik	II – 8
2.4.1 Proses Markov	II – 9
2.4.1.1 Matrik Aljabar Primer (MAP)	II – 9
2.4.1.2 Matrik Probabilitas Transisional (MPT)	II – 9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual	III – 1
3.2 Sistematis Pemecahan Masalah	III – 2
3.2.1 Tahap Identifikasi	III – 3
3.2.2 Tahap Penelitian Awal	III – 3
3.2.2.1 Identifikasi Metode Penelitian	III – 3
3.2.2.2 Identifikasi Variabel Penelitian	III – 3
3.2.2.3 Penentuan Sampel Penelitian	III – 4
3.2.2.4 Penyusunan Kuesioner.....	III – 5
3.2.2.5 Penyebaran Kuesioner	III – 6
3.2.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	III – 6
3.2.4 Tahap Analisis Data	III – 9

3.2.5 Tahap Perumusan Program	III – 9
3.2.6 Tahap Kesimpulan dan Saran	III – 10

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	IV – 1
4.1.1 Data Primer	IV – 1
4.1.2 Data Sekunder	IV – 1
4.2 Pengolahan Data	IV – 2
4.2.1 Pengkodean Kuesioner	IV – 2
4.2.2 Profil Responden Secara Keseluruhan	IV – 2
4.2.3 Profil Responden Loyal Terhadap Simpati	IV – 3
4.2.4 Profil Responden Churn (pindah kartu) Dari Simpati	IV – 4
4.2.5 CSI Tingkat Kepentingan Pelanggan Simpati	IV – 5
4.2.6 CSI Tingkat Kepuasan Pelanggan Simpati	IV – 5
4.2.7 CSGI Kartu Simpati	IV – 6
4.2.8 Performance Importance Matrix	IV – 6
4.2.9 Loyalitas Pelanggan Simpati	IV – 7
4.2.10 Uji Independensi Karakteristik Responden Terhadap Churn	IV – 7
4.2.11 Alasan Pelanggan Loyal Secara Keseluruhan	IV – 8
4.2.12 Alasan Pelanggan Loyal Terhadap Simpati	IV – 9
4.2.13 Alasan Pelanggan Churn Secara Keseluruhan	IV – 10
4.2.14 Alasan Pelanggan Churn Dari Simpati	IV – 11
4.2.15 Matrik Aljabar Primer (MAP)	IV – 13
4.2.16 Matrik Probabilitas Transisional (MPT)	IV – 13

BAB V ANALISIS DATA

5.1 Analisis Karakteristik Responden	V – 1
5.1.1 Karakteristik Responden Secara Keseluruhan	V – 1
5.1.2 Karakteristik Pelanggan Loyal Terhadap Simpati	V – 1
5.1.3 Karakteristik Pelanggan Churn Dari Simpati	V – 3
5.2 Analisis Customer Satisfaction	V – 4
5.2.1 Analisis CSI dan CSGI	V – 4
5.2.2 Analisis Kuadran	V – 6
5.3 Tingkatan Loyalitas Pelanggan Simpati	V – 8
5.4 Alasan Pelanggan Loyal	V – 9
5.4.1 Alasan Pelanggan Loyal Secara Keseluruhan	V – 9
5.4.2 Alasan Pelanggan Loyal Terhadap Simpati	V – 9
5.5 Hubungan Karakteristik Responden Terhadap Tingkat Churn	V – 10
5.6 Analisis Markov Chain	V – 11
5.6.1 Matrik Aljabar Primer (MAP)	V – 11
5.6.2 Matrik Probabilitas Transisional (MPT)	V – 13
5.7 Alasan Pelanggan Churn	V – 13
5.7.1 Alasan Pelanggan Churn Secara Keseluruhan	V – 13
5.7.2 Alasan Pelanggan Churn Dari Simpati	V – 14
5.8 Hasil Rekapitulasi Saran Responden Terhadap Simpati	V – 15
5.9 Rumusan Program Peningkatan Loyalitas Pelanggan Simpati	V – 16
5.9.1 Identifikasi Sebab Pelanggan Churn	V – 16
5.9.2 Identifikasi Persepsi Pelanggan Terhadap Operator	V – 16
5.9.3 Identifikasi Segmen Loyalitas Pelanggan Simpati	V – 18
5.9.4 Rumusan Program Peningkatan Loyalitas Pelanggan Simpati ..	V – 18

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	VI – 1
6.2 Saran	VI – 2
6.2.1 Saran Bagi Telkomsel	VI – 2
6.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	VI – 2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian Kartu Prabayar GSM
LAMPIRAN B	Pengkodean Kuesioner
LAMPIRAN C	Data Mentah Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN D	Uji Independensi Karakteristik Responden Terhadap Tingkat Churn
LAMPIRAN E	Rantai Markov (Markov Chain)
LAMPIRAN F	Tingkatan Loyalitas Pelanggan Simpati
LAMPIRAN G	Tarif Kartu Prabayar GSM

STTTTELKOM