

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas semua rahmat, berkah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan peneliti yang berjudul “Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan” sebagai syarat untuk memperoleh gelar ahli madya studi D3 manajemen pemasaran Universitas Telkom.

Pada kesempatann ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan tugas akhir ini, yaitu:

1. Bapak Rahmat Hidayat SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti dari awal hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu memberikan masukan yang bermanfaat untuk peneliti.
2. Bapak Mohammad Ganjar Disastra SH., MM selaku kaprodi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom yang telah memberikan pembinaan kepada seluruh mahasiswa prodi D3 Manajemen Pemasaran.
3. Untuk Orang Tua saya Mamah yang sangat berperan penting dalam proses penyusunan tugas akhir ini, terima kasih atas dukungan yang selalu diberikan kepada peneliti.
4. Ulfiani Anwar dan Trihadi Rukmana yang telah memberikan semangat kepada peneliti hingga saat ini.
5. Ryand Ramadhan Putra yang telah memberikan dukungan kepada peneliti hingga selesainya penelitian ini. Terima kasih Madhan.
6. Zata Afni, Lidya Luciana, Siska Anggraini dan Septiannisa Maulida yang selalu memberikan semangat kapanpun dan dimanapun, love you.
7. Teman-teman seperjuangan bimbingan Tugas Akhir.

Semoga segala dukungan, motivasi, dan bantuan lainnya dari semua pihak diatas dan pihak-pihak lain yang tidak bias saya sebutkan satu persatu dapat memperoleh balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan atas ketidaksempurnaan tugas akhir ini. Akan tetapi peneliti juga berharap semoga laporan penelitian atau Tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, Agustus 2014

Tiara Muslimah

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek.....	1
1.1.1 Visi dan Misi perusahaan.....	2
1.1.2 Misi perusahaan.....	2
1.1.3 Goal perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Observasi.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Proses Pemasaran.....	7
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	8
2.3 Bauran Harga.....	10
2.3.1 Penetapan Harga.....	11
2.3.2 Indikator-indikator harga.....	12
2.4 pengertian loyalitas pelanggan.....	13
2.4.1 Karakteristik Loyalitas pelanggan.....	14
2.4.2 Hubungan persepsi harga dengan loyalitas pelanggan.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	15
2.6 Metodologi penelitian.....	18
2.6.1 Jenis penelitian.....	18
2.6.2 Operasional variable.....	19
2.6.3 Populasi dan Sample.....	21
2.6.4. Teknik Sampling.....	22

2.6.5 Pengumpulan Data.....	23
2.7 Metode Pengumpulan data.....	23
2.7.1 Skala Pengukuran.....	24
2.7.2 Uji Validitas dan reabilitas.....	24
2.8 Hasil penelitian dan pembahasan.....	31
2.8.1 Karakteristik responden.....	31
2.8.2 X1 Implementasi harga tiket pesawat citilink menurut konsumen.....	32
2.8.3 X2 Implementasi Loyalitas Pelanggan citilink.....	34
2.8.4 Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.....	36
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	
3.1 kesimpulan	41
3.2 Saran.....	42
Daftar Pustaka.....	43