

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3 Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5.1 Maksud Penelitian..... | 7 |
| 1.5.2 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.6.1 Manfaat Praktis..... | 8 |
| 1.6.2 Manfaat Teoritis..... | 8 |
| 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Manajemen..... | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen..... | 10 |
| 2.1.2.Fungsi-Fungsi Manajemen..... | 11 |
| 2.2 Manajemen Pemasaran..... | 13 |
| 2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 13 |
| 2.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran..... | 14 |
| 2.2.3 Manajemen Pemasaran Jasa..... | 15 |
| 2.3 Call Center | 17 |
| 2.3.1 Pengertian Call Center | 17 |
| 2.4 Teknologi Informasi | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.1 Pengertian Teknologi Informasi | 17 |
| 2.4.1 Dimensi Teknologi Informasi..... | 18 |
| 2.5 Komunikasi | 19 |
| 2.5.1 Pengertian Komunikasi..... | 19 |
| 2.5.2 Tujuan Komunikasi | 19 |
| 2.5.3 Dimensi Komunikasi..... | 21 |
| 2.6 Loyalitas Konsumen | 21 |
| 2.6.1 Pengertian Loyalitas Konsumen..... | 21 |
| 2.6.2 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen | 22 |
| 2.6.3 Dimensi Loyalitas Konsumen | 24 |
| 2.7 Studi Empiris | 25 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran | 26 |
| 2.9 Paradigma Penelitian | 27 |
| 2.10 Hipotesis Pemikiran..... | 28 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | 29 |
| 3.1. Data Penelitian | 29 |
| 3.1 Objek Data Penelitian..... | 29 |
| 3.1.1 Sejarah Singkat PT. Infomedia Nusantara..... | 29 |
| 3.1.2 Visi, Misi dan Kebijakan Mutu | 31 |
| 3.1.3 Struktur Organisasi | 31 |
| 3.1.4Kegiatan Usaha | 33 |
| 3.2 Metode Penelitian | 33 |
| 3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan..... | 33 |
| 3.2.2 Operasional Variabel..... | 34 |
| 3.2.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data | 37 |
| 3.2.3.1 Sumber Data | 37 |
| 3.2.3.2 Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.2.5 Uji Validitas | 40 |
| 3.2.6 Uji Reliabilitas | 42 |
| 3.2.7 Uji Asumsi Klasik..... | 42 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.8 Analisa Regresi Linier Berganda..... | 44 |
| 3.2.9 Uji Korelasi..... | 45 |
| 3.2.10 Koefisien Determinasi..... | 46 |
| 3.2.11 Uji Hipotesis..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 50 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 51 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Responden | 51 |
| 4.1.2 Gambaran Variabel Penelitian | 54 |
| 4.1.2.1 Gambaran Mengenai Variabel Teknologi Informasi..... | 54 |
| 4.1.2.2 Gambaran Mengenai Variabel Komunikasi..... | 59 |
| 4.1.2.3 Gambaran Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen | 63 |
| 4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 70 |
| 4.1.2.1 Hasil Pengujian Validitas | 70 |
| 4.1.2.1 Hasil Pengujian Realibilitas | 71 |
| 4.1.4 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> | 73 |
| 4.1.5 Uji Asumsi Klasik..... | 74 |
| 4.1.5.1 Uji Normalitas..... | 74 |
| 4.1.5.2 Uji Multikolinearitas | 75 |
| 4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 76 |
| 4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda | 76 |
| 4.1.7 Pengujian Hipotesis..... | 78 |
| 4.1.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) | 78 |
| 4.1.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) | 79 |
| 4.1.8 Analisis Koefisien Determinasi | 80 |
| 4.2 Pembahasan..... | 82 |
| 4.2.1 Gambaran Teknologi Informasi Pada PT Telkom Indonesia | 82 |
| 4.2.2 Gambaran Komunikasi Pada PT Telkom Indonesia..... | 83 |
| 4.2.3 Gambaran Loyalitas Konsumen Pada PT Telkom Indonesia | 84 |
| 4.2.4 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Loyalitas Konsumen ... | 85 |
| 4.2.5 Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas Konsumen | 87 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.6 Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Konsumen | 88 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 90 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2 Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |