

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penenilitian	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitan.....	5
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	9
2.1.2. Manfaat Kepuasan Konsumen	11
2.1.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4. Prinsip Dasar kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5. Prinsip Konfirmasi dan Diskonfirmasi.....	15
2.1.6. Prinsip Loyalitas dan Retensi.....	15
2.1.7. Kualitas Layanan.....	16
2.1.8. Pengertian produk dan Jasa	16
2.1.9. Pemasaran Jasa	18
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka berpikir.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	25
3.2. Variabel Penelitian	26

3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian	26
3.3.1. Lokasi Penelitian	26
3.3.2. Jadwal Penelitian.....	27
3.4. Sumber Data	28
3.4.1. Data Primer	28
3.4.2. Data Sekunder	28
3.4.3. Informan Penelitian	29
3.5. Instrumen Penelitian.....	32
3.6. Teknik Pengumpulan Data	34
3.7. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	37
4.1.2. Sejarah Singkat Masuknya PT. Telkom Di Pulau Nias	38
4.1.3. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk.....	39
4.1.4. Produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	40
4.1.5. Struktur Organisasi Plasa PT Telkom Nias.....	43
4.2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	44
4.2.1. Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Internet Pada PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli.....	44
4.2.2. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan PT.Telkom (persero) Gunungsitoli?.....	49
4.2.3. Persepsi Pelanggan Terhadap Terhadap Kualitas Layanan, Harga, Stabilitas Jaringan, Dan Pelayanan Pelanggan.	53
4.2.4. Pembahasan.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	75