

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Pencapaian Penjualan (Unit) Dealer Honda Bintaro Dan Tingkat Pelayanan Pelanggan Bulan Agustus – November 2017	8
2.1 Penelitian Terdahulu	11
3.1 Operasionalisasi Konsep Penelitian	59
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Usia	77
4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	78
4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)	80
4.6 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	81
4.7 Uji Reliability Kualitas Pelayanan (X)	81
4.8 Uji Reliability Loyalitas Pelanggan (Y)	82
4.9 Memberikan Kenyamanan di Dalam Fasilitas Tempat Duduk Dan Tempat Parkir	83
4.10 <i>Customer Care Officer</i> yang Menarik.....	83
4.11 Sarana Komunikasi yang Baik dan Memadahi	84
4.12 Pemahaman Setiap Kebutuhan Pelanggan	84
4.13 Perhatian Secara Individual yang Diberikan Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	85
4.14 Kemudahan Pelanggan Dalam Memperoleh Layanan	85
4.15 Kemampuan <i>Customer Care Officer</i> Dalam Membantu Pelanggan Memberikan Informasi Yang Jelas dan Mudah Dimengerti	86
4.16 Kemampuan <i>Customer Care Officer</i> Dalam Bertindak Cepat dan Tepat	86
4.17 Kemampuan <i>Customer Care Officer</i> Dalam Menerima dan Menanggapi Keluhan Pelanggan	87

4.18 Kemampuan <i>Customer Care Officer</i> Dalam Berkomunikasi	
Dengan Pelanggan	87
4.19 Tanggung jawab <i>Customer Care Officer</i> Dari Awal Pelanggan	
Datang Sampai Selesai	88
4.20 Pengetahuan <i>Customer Care Officer</i> Tentang Cara Memperlakukan	
Pelanggan Dengan Baik	89
4.21 Memiliki Kemampuan dan Pengetahuan Yang Baik Tentang Produk .	89
4.22 Memberikan Jaminan Kerahasiaan Atas Data Pribadi Pelanggan	90
4.23 Mampu Membuat Pelanggan Percaya dan Merasa Dihargai	90
4.24 Akan Kembali Lagi Dealer Honda PT. Gading Prima Perkasa	
Bila Menginginkan Produk Honda	91
4.25 Ingin Membeli Type Lain ke Dealer Honda PT. Gading Prima Perkasa	91
4.26 Bersedia Mereferensikan Dealer Honda PT. Gading Prima Perkasa	
Kepada Orang Lain	92
4.27 Tidak Akan Membeli Mobil Honda Di Dealer Lain	92
4.28 Regresi Linier Sederhana	93
4.29 Koefisien Korelasi	94
4.30 Interpretasi Koefisien Korelasi	95
4.31 Model Summary ^b	95
4.32 Uji t hitung	96
4.33 Anova	97
4.34 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Bukti Fisik	100
4.35 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Empati (<i>Empathy</i>)	101
4.36 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	102
4.37 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Keandalan (<i>reliability</i>)	103
4.38 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Jaminan (<i>assurance</i>)	104
4.39 Indeks Persepsi Konsumen Mengenai Loyalitas	105