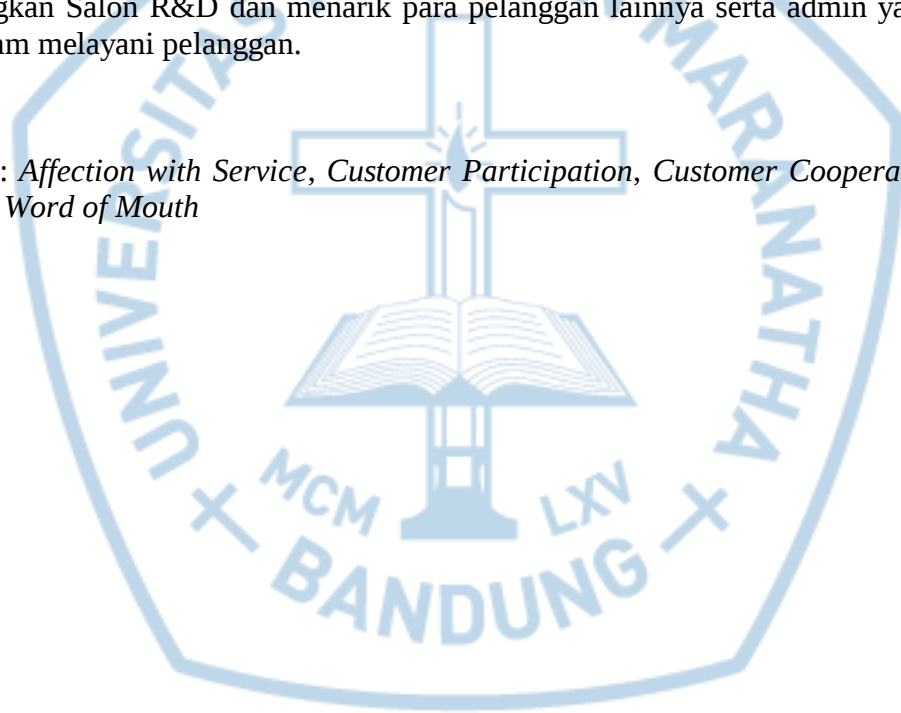


ABSTRAK

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menguji dan menganalisis ada tidaknya Pengaruh *Affection with Service* Terhadap *Customer Participation*, *Customer Cooperation*, dan *Positive Word of Mouth* pada Pelanggan Salon R&D di Kota Bandung. Industri jasa tidak hanya memberikan jasa yang disediakan tetapi menyediakan sarana bagi konsumen untuk dapat melakukan aktifitasnya. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan bagi pelanggan secara lebih matang. Sampel yang diambil adalah para pelanggan Salon R&D dengan minimal 2 kali kunjungan. Kuesioner disebarakan kepada 263 responden tetapi hanya 160 responden yang menjadi responden *representative*. Dari 3 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, ketiganya dapat terjawab bahwa adanya pengaruh *Affection with Service* terhadap *Customer Participation*, *Customer Cooperation*, dan *Positive Word of Mouth*. Implikasi manajerial yang dapat diajukan yaitu agar Salon R&D lebih memahami perilaku konsumen dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang baik dan harga terjangkau yang mampu mengembangkan Salon R&D dan menarik para pelanggan lainnya serta admin yang selalu *fast respons* dalam melayani pelanggan.

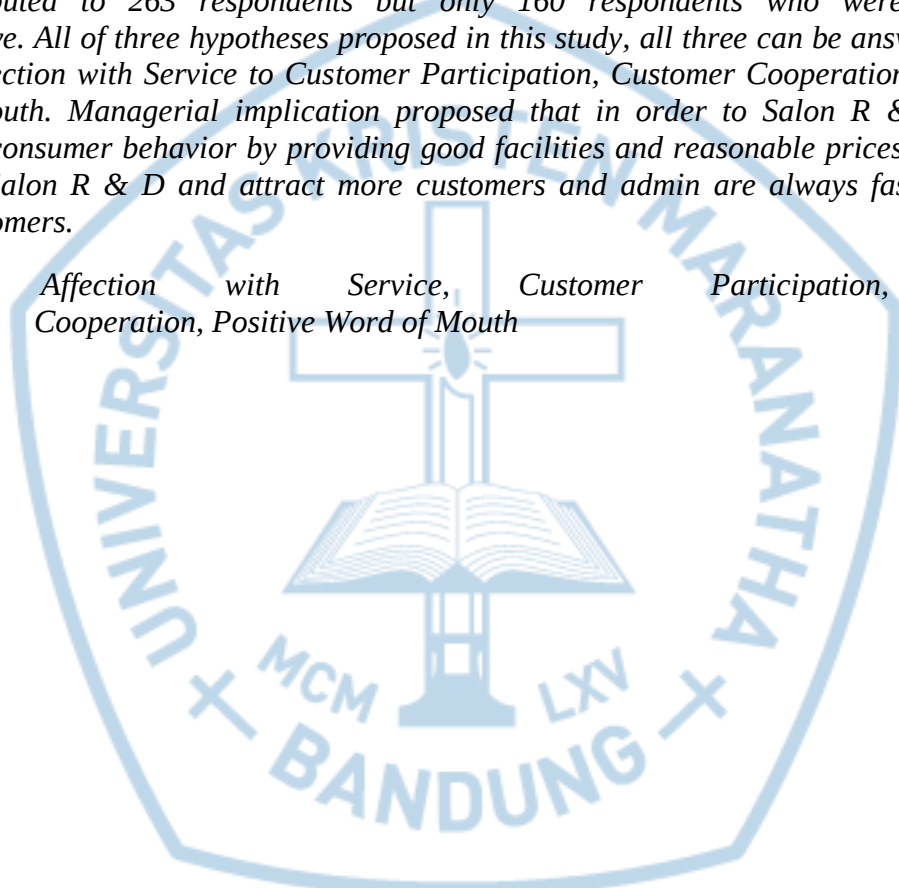
Kata Kunci: *Affection with Service*, *Customer Participation*, *Customer Cooperation*, *Positive Word of Mouth*



ABSTRACT

The purpose of this thesis was to examine and analyze the presence or absence Effect of Affection with Service to Customer Participation, Customer Cooperation and Positive Word of Mouth on Customer's Salon R & D in Bandung. The service industry not only provides the services provided but provides a means for consumers to be able to conduct its activities. Therefore, companies should start thinking about the importance of service to customers in more mature. Samples taken are customers Salon R & D with a minimum of two visits. Questionnaires were distributed to 263 respondents but only 160 respondents who were respondents representative. All of three hypotheses proposed in this study, all three can be answered that the effect of Affection with Service to Customer Participation, Customer Cooperation and Positive Word of Mouth. Managerial implication proposed that in order to Salon R & D to better understand consumer behavior by providing good facilities and reasonable prices that are able to develop Salon R & D and attract more customers and admin are always fast response in serving customers.

Keywords: Affection with Service, Customer Participation, Customer Cooperation, Positive Word of Mouth



Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Affection with Service.....	10
2.1.3 Customer Participation.....	11
2.1.4 Customer Cooperation.....	12

2.1.5 Word of Mouth.....	13
2.1.5.1 Pengertian Word of Mouth.....	13
2.1.5.2 Jenis-Jenis Word of Mouth.....	14
2.1.5.3 Tingkatan Word of Mouth.....	15
2.1.5.4 Motivasi Melakukan Word of Mouth.....	16
2.1.5.5 Menciptakan Word of Mouth.....	17
2.1.5.6 Indikator Word of Mouth.....	18
2.1.6 Riset Empiris.....	20
2.1.7 Rerangka Teoritis.....	23
2.2 Rerangka Pemikiran.....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.2.2 Ukuran Sampel.....	29
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Uji Pendahuluan.....	36
3.5.1 Uji Instrumen.....	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden.....	42
4.1.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	43

4.1.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
4.1.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	45
4.1.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pengguna Jasa Salon R&D....	45
4.2 Uji Instrumen.....	46
4.2.1 Uji Validitas.....	46
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.1 Uji Normalitas.....	53
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	57
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
4.4 Pengujian Hipotesis.....	63
4.4.1 Pengujian Secara Parsial.....	63
4.5 Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3 Implikasi Penelitian.....	77
5.3.1 Implikasi Manajerial.....	77
5.4 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	122

Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	24



Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 2.1.6 Riset Empiris.....	20
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.4 Skala Likert.....	35

