**DAFTAR ISI**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**RIWAYAT HIDUP**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI v**

**DAFTARTABEL viii**

**DAFTAR BAGAN ….xiii**

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Rumusan Masalah 5
  3. Identifikasi Masalah 5
  4. Tujuan Penelitian 6
  5. Kegunaan Penelitian 6
     1. Kegunaan Teori 6
     2. Kegunaan Praktis 7
  6. Kerangka Pemikiran 7
     1. Kajian Penelitian Terdahulu 7
     2. Kerangka Teori 9
        1. *Source Credibility Theory* 9
        2. Kepuasan Pelanggan 11
     3. Kerangka Konseptual 12
     4. Bagan Pemikiran 18
     5. Operasional Variabel 19
  7. Hipotesis. 20
  8. Langkah-langkah Penelitian 20
     1. Lokasi Penelitian 20
     2. Metode Penelitian 21
     3. Jenis Dan Sumber Data 21
        1. Data Primer 21
        2. Data Sekunder 22
     4. Populasi Dan Sampel 22
     5. Teknik Pengumpulan Data 24
     6. Teknik Analisis Data 25

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. Teori Kredibilitas 31
  2. *Customer Service* 35
  3. Kepuasan Pelanggan 42

**BAB III KONDISI OBJEKTIF LOKASI DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN**

* 1. Kondisi Objek Lokasi Penelitian 48
     1. Gambaran Umum Smartfren 48
     2. Pencapaian Perusahaan 50
     3. Visi dan Misi Smartfren 50
     4. Struktur Organisasi 51
     5. Uraian Jabatan 52
  2. Analisis Deskripsi Hasil Penelitian 59
     1. Analisis Data Responden 59
     2. Analisis Data Penelitian 64
  3. Analisis Data 100

3.3.1 Uji Validitas 100

3.3.2 Uji Realibilitas 103

3.3.3 Uji Normalitas 105

3.3.4 Hubungan Keahlian (X1) dengan Kepuasan Pelanggan 106

3.3.5 Hubungan Kedapatdipercayaan (X2)

dengan Kepuasan Pelanggan 108

3.3.6 Hubungan Daya Tarik (X3) dengan Kepuasan pelanggan 110

3.3.7 Hubungan Kredibilitas Customer Service (X)

dengan Kepuasan Pelanggan 113

**BAB IV PENUTUP**

* 1. Kesimpulan 116
  2. Saran 118

**DAFTAR PUSTAKA** 119

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

**Tabel 1.1** Tinjauan Penelitian Terdahulu 7

**Tabel 1.2** Operasional Variabel 19

**Tabel 1.3** Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r 30

**Tabel 1.4**  Rencana Jadwal Penelitian 31

**Tabel 3.1** Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61

**Tabel 3.2** Responden Berdasarkan Usia 62

**Tabel 3.3** Data Pendidikan Responden 63

**Tabel 3.4** Responden Berdasarkan Profesi 64

**Tabel 3.5**  Responden Berdasarkan Lama Berlangganan 65

**Tabel 3.6** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memberikan InformasiMengenai Layanan Produk dengan Jelas” 67

**Tabel 3.7** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Mampu Memberikan Penjelasan Lengkap Mengenai Produk” 68

**Tabel 3.8** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Mampu Menjawab Pertanyaan Yang Diajukan Pelanggan Dengan Tepat Dan Lengkap” 69

**Tabel 3.9** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan“*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Mampu Mengatasi Permasalahan Pelanggan Saat Pelanggan Melakukan Komplain” 70

**Tabel 3.10** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Merespon Dengan Baik Keluhan Yang Disampaikan Pelanggan” 72

**Tabel 3.11** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Mampu Memberikan Solusi Atau Alternative Pilihan Layanan Dan Produk” 73

**Tabel 3.12** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memiliki Kemampuan Dalam Memberikan Pelayanan” 74

**Tabel 3.13** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Menyampaikan Informasi Berdasarkan Fakta” 75

**Tabel 3.14** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Cerdas Dalam Memahami Pertanyaan Dan Keluhan Yang Dialami Pelanggan” 76

**Tabel 3.15** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Informasi Yang Disampaikan *Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Dapat Dipercaya” 77

**Tabel 3.16** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memiliki Kemampuan Dalam Mengingat Semua Jenis Produk Perusahaan Yang Ditanyakan Oleh Pelanggan” 78

**Tabel 3.17** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memberikan Pejelasan Mengenai Cara Penggunaan Produk” 79

**Tabel 3.18** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Menyampaikan Dengan Bahasa Yang Mudah Dimengerti” 80

**Tabel 3.19** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Berpenampilan Bersih Dan Rapih” 82

**Tabel 3.20** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Menggunakan Seragam Perusahaan Yang Sopan” 83

**Tabel 3.21** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Melayani Dengan Ramah Dan Murah Senyum” 84

**Tabel 3.22** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Menjaga Sikap Dan Prilaku Dalam Memberikan Pelayanan” 85

**Tabel 3.23** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Senantiasa Menjaga Tutur Kata Dan Bahasa Dalam Memberikan Pelayanan” 86

**Tabel 3.24** Analisis Data Jawaban Responden pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memberikan Pelayanan Secara Menyenangkan 87

**Tabel 3.25** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Mendapat Kemudahan Saat Berkomunikasi Dengan *Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 89

**Tabel 3.26** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Mendapat Perhatian Saat Berkomunikasi Dengan *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 90

**Tabel 3.27** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Mendapat Kemudahan Saat Meminta Bantuan Maupun Informasi Dari *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 91

**Tabel 3.28** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Tidak Menunggu Lama Saat Menerima Pelayanan Dari *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 92

**Tabel 3.29** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Mendapat Hasil Atau Jawaban Yang Memuaskan Dari *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 93

**Tabel 3.30** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Kebutuhan Dan Pelayanan Yang Saudara/I Harapkan Dapat Terpenuhi Oleh *Customer Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 94

**Tabel 3.31** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “*Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung Memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Harapan Saudara/I” 95

**Tabel 3.32** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Percaya Akan Kebenaran Informasi Yang Disampaikan Oleh *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 96

**Tabel 3.33** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Menilai Baik Informasi Yang Diberikan Oleh *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 98

**Tabel 3.34** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan ” Saudara/I Puas Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung” 99

**Tabel 3.35** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Merasa Bangga Telah Menggukan Produk Dan Layanan Smartfren TelecomTbk” 100

**Tabel 3.36** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Bersedia Datang Kembali Ke Galeri Smartfren Telecom Tbk Bandung” 101

**Tabel 3.37** Analisis Data Jawaban Responden Pada Pernyataan “Saudara/I Akan Merekomendasikan Produk Dan Layanan *Customer* *Service* PT. Smartfren Telecom Tbk Bandung 102

**Tabel 3.38** Uji Validitas Kredibilitas *Customer Service* (X) 104

**Tabel 3.39** Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) 105

**Tabel 3.40** Reliabilitas Variabel X (Kredibilitas *Customer Service)* 106

**Tabel 3.41** Reliabilitas Variabel Y (Kebutuhan Pelanggan) 107

**Tabel 3.42** Normalitas Data Variabel X dan Variabel Y 108

**Tabel 3.43** Hasil Korelasi Keahlian (X1) dengan Kepuasan Pelanggan 109

**Tabel 3.44** Tabel Koefisien Korelasi 110

**Tabel 3.45** Koefisien Determinasi Keahlian (X1) dengan Kepuasan Pelanggan 111

**Tabel 3.46** Hasil Korelasi Kedapatdipercayaan dengan Kepuasan Pelanggan 112

**Tabel 3.47** Tabel Koefisien Korelasi 113

**Tabel 3.48** Koefisien Determinasi Kedapatdipercayaan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan 114

**Tabel 3.49** Hasil Korelasi Daya Tarik dengan Kepuasan Pelanggan 115

**Tabel 3.50** Tabel Koefisien Korelasi 116

**Tabel3.51** Koefisien Determinasi Daya Tarik (X3) dengan Kepuasan Pelanggan 117

**Tabel 3.52** Hasil Korelasi Kredibilitas *Customer Service* dengan Kepuasan Pelanggan 118

**Tabel 3.53** Tabel Koefisien Korelasi 118

**Tabel 3.54** Koefisien Determinasi Kredibilitas *Customer Service* (X) dengan Kepuasan Pelanggan 120

**DAFTAR BAGAN**

**Bagan 1.1** Bagan Pemikiran 18

**Bagan 3.1** Struktur Organisasi PT. Smartfren 52