

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN,  
PENGETAHUAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
SIKAP LOYALITAS (*ATTITUDINAL LOYALTY*) PESERTA

Tesis

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana Strata-2  
Program Magister Manajemen



disusun oleh:

Maya Susanti, SE / 13911059

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
September 2015**

## PERNYATAAN

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 5 September 2015

Maya Susanti, SE  
13911059

Tesis

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN,  
PENGETAHUAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
SIKAP LOYALITAS (*ATTITUDINAL LOYALTY*) PESERTA

Disusun oleh:  
Maya Susanti / 13911059

Telah disetujui oleh:

Yogyakarta,.....

Dosen Pembimbing

Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D.

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang senantiasa memberikan rahmat dan memberikan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun sebagai tugas akhir belajar dan syarat guna memperoleh derajat sarjana S-2 pada Program Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Islam Indonesia yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Loyalitas (*Attitudinal Loyalty*) Peserta“. Berkenaan dengan penulisan laporan tesis ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya untuk bantuan dan dukungan dari banyak pihak yang telah memungkinkan selesainya penyusunan maupun penyajian laporan tesis ini, kepada :

1. Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph. D. sebagai Pembimbing dan dosen Pengajar yang telah memberikan semangat dan motivasi selama menempuh studi program Magister Manajemen.
2. Drs. Al Bari, M.Si. sebagai Penguji yang dengan penuh perhatian dan kesabaran serta selalu memberi masukan dan bimbingan selama penyusunan tesis ini.
3. Kepada kedua orang tua, suami dan anak-anak tercintaku yang selama ini telah memberikan dukungan, motivasi dan harapan kepadaku.

4. Para Staf Pengajar dan Administrasi Program Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang telah banyak memberikan suatu dasar ilmu, pemikiran analitis dan pengalaman yang lebih baik.
5. Para peserta BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan sumber informasi dalam penelitian ini.
6. Pegawai dan staf BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Yogyakarta.
7. Rekan-rekan Angkatan 41 Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang selalu memberikan dukungan dan berbagi ilmu dan pengalaman.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap tesis ini dapat dikembangkan lagi sebagai dasar oleh para peneliti ke depan dalam bidang penelitian Ilmu Manajemen Pemasaran. Disadari oleh penulis bahwa penyusunan maupun penyajian tesis ini kurang sempurna. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam tesis ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun.