

## DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PENGESAHAN</i> .....	<i>i</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i> .....	<i>ii</i>
<i>ABSTRAK</i> .....	<i>iii</i>
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	<i>v</i>
<i>DAFTAR TABEL</i> .....	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i> .....	<i>xi</i>
<i>BAB 1</i> .....	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i> .....	<i>1</i>
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1 Profil Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.3 Logo dan Makna Logo</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.4 Produk dan layanan</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>15</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>15</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>15</b>
<b>1.6 Batasan Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir</b> .....	<b>16</b>
<i>BAB 2</i> .....	<i>18</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i> .....	<i>18</i>
<b>2.1 Landasan teori</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.1 Pemasaran</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.2 Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.3 Pengertian Jasa</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.4 Kualitas Pelayanan</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.5 Kepuasan Pelanggan</b> .....	<b>21</b>
<b>2.1.6 Café</b> .....	<b>22</b>

2.1.7	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> .....	22
2.1.8	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	24
2.2	Kerangka Pemikiran .....	24
2.3	Penelitian Terdahulu.....	26
<b>BAB 3</b>	.....	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>30</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	30
3.2	Jenis Penelitian .....	30
3.3	Operasionalisasi Variabel .....	31
3.3.1	Skala Pengukuran.....	35
3.4	Tahapan Penelitian.....	36
3.5	Populasi dan Sampel .....	38
3.5.1	Populasi .....	38
3.5.2	Sampel.....	38
3.6	Pengumpulan Data.....	39
3.6.1	Sumber Data .....	40
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7	Uji Keabsahan Data .....	41
3.7.1	Uji Validitas .....	41
3.7.2	Uji Reabilitas.....	42
3.8	Teknik Analisis Data .....	42
3.8.1	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> .....	42
3.8.2	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	45
3.8.3	Analisis Data Deskriptif.....	47
<b>BAB 4</b>	.....	<b>49</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>49</b>
4.1	Analisis Karakteristik Responden .....	49
4.1.1	Karakteristik Responden.....	49
4.1.2	Berdasarkan Usia .....	49
4.1.3	Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.4	Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
4.1.5	Berdasarkan Pekerjaan .....	52
4.1.6	Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	53
4.1.7	Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Uji Validitas .....	55

4.2.2 Uji Reabilitas.....	56
4.3 Teknik Analisis Data .....	57
4.3.1 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangible</i> .....	57
4.3.2 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reability</i> .....	59
4.3.3 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	61
4.3.4 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> .....	63
4.3.5 Dimensi <i>Empathy</i> .....	65
4.4 Customer Satisfaction Index (CSI) .....	69
4.5 Importance Performance Analysis (IPA) .....	70
<b>BAB 5.....</b>	<b>76</b>
<b><i>KESIMPULAN DAN SARAN.....</i></b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	76
5.2.2 Bagi Peneliti .....	77
<b><i>DAFTAR PUSTAKA.....</i></b>	<b>80</b>