

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	7
I.3. Tujuan Penelitian.....	7
I.4. Batasan Penelitian	7
I.5. Manfaat Penelitian.....	7
I.6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
II.1. Produk	9
II.2. Kualitas Pelayanan	11
II.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	11
II.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	11
II.2.3. Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa	12
II.3. Konsep Café	13
II.4. Preferensi Konsumen	14
II.5. <i>Conjoint Analysis</i>	15

II.6. Metode-metode Multivariat.....	17
II.7. Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
III.1. Model Konseptual.....	21
III.2. Sistematika Pemecahan Masalah	21
III.2.1. Tahap Pendahuluan	24
III.2.2. Identifikasi Atribut dan Taraf Atribut	25
III.2.3. Perancangan Stimuli.....	25
III.2.4. Desain Kuesioner	26
III.2.5. Pre-test Kuesioner	26
III.2.6. Penyebaran Kuesioner.....	27
III.2.7. Pengumpulan Data Kuesioner.....	28
III.2.8. Pengolahan Data Kuesioner Menggunakan <i>Conjoint Analysis</i>	29
III.2.9. Uji reliabilitas.....	29
III.2.10. Analisis Hasil dan Pengolahan Data	29
III.2.11. Alternatif Rekomendasi Atribut Coffee Colada.....	30
III.2.12. Kesimpulan dan Saran.....	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	31
IV.1. Penentuan Atribut untuk Kuesioner Tahap Pertama	31
IV.2. Kuesioner Tahap Pertama: Seleksi Atribut	33
IV.2.1. Langkah-langkah.....	33
IV.2.2. Data	34
IV.2.3. Hasil	34
IV.3. Kuesioner Tahap Kedua: Penentuan Kombinasi Atribut yang Terbaik	36
IV.3.1. Langkah-langkah.....	36
IV.3.2. Data	38
IV.3.3. Hasil	38
IV.4. <i>Plan Card</i> Pilihan Pelanggan Coffee Colada	42

BAB V ANALISIS	44
V.1. Analisis Karakteristik Responden	44
V.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
V.1.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	45
V.1.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	45
V.1.4. Karakteristik Responden berdasarkan Rata-rata Pelanggan Berkunjung ke Coffee Colada.....	46
V.2. Analisa Data	46
V.2.1. Tingkat Kepentingan (<i>Importance Value</i>) Masing-masing Atribut	47
V.2.2. Analisis Nilai Utilitas Masing-masing Atribut.....	48
V.2.3. Analisis Nilai Korelasi dan Signifikansi	51
V.3. Analisa Masing-masing Atribut Secara Kombinasi.....	52
V.4. Perbedaan Atribut Coffee Colada dengan Preferensi Konsumen dari <i>Plan Card</i> Terbaik	57
V.5. Perancangan Rekomendasi Atribut Coffee Colada.....	58
V.6. Penyesuaian Penerapan Rekomendasi Atribut selama Pandemi COVID-19	59
V.7. Alternatif Rekomendasi Atribut Coffee Colada Tambahan.....	60
BAB VI KESIMPULAN	64
VI.1. Kesimpulan	64
VI.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66