

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Akademis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Tugas Akhir	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Jasa	17

2.1.4	Pemasaran Jasa.....	17
2.1.5	Perilaku Konsumen	18
2.1.6	Preferensi.....	19
2.1.7	Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation of Alternative</i>)	23
2.1.8	Atribut	26
2.1.9	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Pemikiran	36
BAB III.....		38
METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Operasional Variabel	40
3.3	Tahapan Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Konjoin	44
3.8	Penarikan Kesimpulan.....	48
BAB IV.....		49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Karakteristik Responden	49
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Uji Signifikansi dan <i>Predictive Accuracy</i>	55
4.2.2	Hasil Nilai <i>Importance</i> (Kepentingan) masing-masing atribut 56	
4.2.3	Hasil Nilai <i>Utility</i> (Kegunaan) Setiap Level	57
4.2.4	Nilai Kegunaan Total 18 Stimuli Kartu	59

4.3	Pembahasan.....	62
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	72