

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Indihome	4
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Academis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Batasan Masalah	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 LANDASAN TEORI.....	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Kualitas Produk dan Jasa	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	16
2.1.6 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Variable Operasional.....	23
3.3 Skala Pengukuran.....	27
3.4 Tahap Penelitian.....	28
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel.....	29
3.5.3 Teknik Sampling.....	29

3.6	Pengumpulan data.....	31
3.6.1	Jenis Data	31
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas	32
3.7.1	Uji Validitas	32
3.7.2	Uji Reabilitas	33
3.8	Teknik Analisis Data.....	34
3.8.1	Analisis Deskriptif	34
3.8.2	Customer Satisfaction Index (CSI)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Karakteristik Responden	39
4.1.2	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.3	Berdasarkan Usia	40
4.1.4	Berdasarkan Pendidikan.....	41
4.1.5	Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.6	Berdasarkan Pendapatan / uang saku perbulan	42
4.1.7	Berdasarkan Pengeluaran.....	43
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.1	Uji Validitas	43
4.2.2	Uji reliabilitas.....	48
4.3	Teknik Analisis Deskriptif.....	49
4.3.1	Analisis Deskriptif	49
4.4	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	57
4.5	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		70

