

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Literatur	10
2.2 Dasar Teori	22
2.2.1 Pemasaran	22
2.2.2 Volume Penjualan.....	22
2.2.3 Kepuasan Konsumen	23
2.2.4 <i>Customer satisfaction index (CSI)</i>	23
2.2.5 <i>Importance performance analysis (IPA)</i>	23
2.2.6 <i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	24
2.2.7 <i>Product Quality</i>	24
2.2.8 <i>Service Quality</i>	25
2.2.9 <i>Price</i>	25

2.2.10	<i>Plance</i>	25
2.2.11	<i>Customer Satisfaction</i>	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	27
3.2	Alur Penelitian	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1	Operasionalisasi Variabel	29
3.3.2	Survei	31
3.4	Teknik Analisis Data	32
3.4.1	Uji Validitas	32
3.4.2	Uji Reliabilitas	33
3.4.3	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	33
3.4.4	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	34
3.4.5	<i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	36
3.5	Jadwal Penelitian	37
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL		39
4.1	Pengumpulan Data	39
4.1.1	Profil Usia Responden	39
4.1.2	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	40
4.1.3	Profil Responden Dari Jenis Pekerjaan	40
4.2	Pengolahan Data	41
4.2.1	Hasil Uji Validitas	41
4.2.2	Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	42
4.2.3	Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	43
4.2.4	<i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	49
4.3	Verifikasi Hasil	51
4.4	Validasi	52
4.5	Analisis Penyelesaian Masalah	54
4.6	Analisis Implementasi	55
4.7	Implikasi Tugas Akhir	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		58

5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran	59
Daftar Pustaka.....		60