

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACK.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	6
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	6
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	6
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	6
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Bagi Penulis.....	7
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	7

1.5.3	Bagi Akademik.....	7
1.6	Sistematika Penulisan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Pemasaran	9
2.2	Konsumen	9
2.2.1	Pengertian Konsumen	9
2.2.2	Jenis – Jenis Konsumen.....	10
2.3	Kepuasan Konsumen	10
2.3.1	Metode pengukuran kepuasan konsumen	14
2.3.2	Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.4	Kualitas Produk	15
2.4.1	indikator Kualitas Produk.....	16
2.5	Kualitas Pelayanan	16
2.5.1	faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan	18
2.5.2	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.6	Penelitian Terdahulu.....	21
2.7	Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Sumber Data	23
3.2.1	Data Primer	23
3.3	Metode Pengumpulan Data	23
3.3.1	Penelitian Lapangan (field Reserch).....	23
3.4	Populasi dan Sampel	24
3.4.1	Populasi	24
3.4.2	Sampel	25
3.5	Variabel Penelitian	26
3.6	Definisi Operasional Variabel	26
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	27

3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reabilitas Angket	28
3.8 Metode Analisis Data	29
3.8.1 <i>importance Performance Analysis (IPA)</i>	29
3.8.2 <i>Customer Statistisfactio Index (CSI)</i>	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	34
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	34
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	35
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	38
4.2.1 Hasil Uji Validitas	38
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 <i>importance Performance Analysis (IPA)</i>	40
4.3.2 <i>Customer Statistisfactio Index (CSI)</i>	45
4.4 Pembahasan	51
4.4.1 Pembahasan <i>importance Performance Analysis (IPA)</i>	51
4.4.2 Pembahasan <i>Customer Statistisfactio Index (CSI)</i>	52

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Proyeksi konsumsi kopi Indonesia	2
1.2 Rata Rata Penjualan Dr. Koffie di Bandar Lampung Pada Bulanan	4
1.3 Hasil pra survei.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
3.1 Instrumen Skala Likert	24
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.3 Interpretasi Nilai r Alpa Indeks Korelasi	29
3.4 Kriteria Customer Satisfaction Index (CSI)	33
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	35
4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Harapan Responden.....	35
4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kenyataan Responden	37
4.6 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kinerja	38
4.7 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kepentingan	39
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	40

4.9 Hasil Rata – Rata Nilai dari Pernyataan Harapan	41
4.10 Hasil Rata – Rata Nilai dari Pernyataan	42
4.11 Skor Rata – Rata Secara Keseluruhan	43
4.12 Nilai rekapitulasi MIS dan MSS	46
4.13 Nilai rekapitulasi WF	47
4.14 Nilai rekapitulasi WS	48
4.15 Perhitungan Cutomer Satisfaction Index (CSI)	49
4.16 Kriteria Cutomer Satisfaction Index (CSI)	50

Daftar Gambar

Gambar

2.1 Konsep Keputusan Konsumen	13
2.2 Struktur Kerangka Pikir	28
4.1 Diagram Kartesius	44

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Prasurvei

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden

Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reabilitas