

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Pokok Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Kerangka Penulisan	4
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	
2.1 LANDASAN TEORI	
2.1.1 Definisi Pelanggan	6
2.1.2 Definisi Perilaku Konsumen	6
2.1.3 Manfaat Perilaku Konsumen	7
2.1.4 Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran	7
2.2 KEPUASAN PELANGGAN	8
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	9

2.2.2	Persepsi Pelanggan	10
2.2.3	Survei Kepuasan Pelanggan	11
2.2.4	Tujuan Survei Kepuasan Pelanggan	11
2.2.5	Manfaat Survei Kepuasan Pelanggan	12
2.2.6	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Perilaku Pelanggan	13
2.2.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	14
2.2.8	Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	15
2.3	ATRIBUT KEPUASAN PELANGGAN	18
2.4	MANFAAT KEPUASAN PELANGGAN	19
2.5	PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN	20
2.6	MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN PELANGGAN	22
2.7	STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN	25

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	SEJARAH PERUSAHAAN DAN PERKEMBANGANNYA	27
3.2	VISI DAN MISI PERUSAHAAN	28
3.2.1	VISI PT. SINAR MAS ANDHIKA	28
3.2.1	MISI PT. SINAR MAS ANDHIKA	28
3.2.1	TUJUAN PERUSAHAAN	28
3.3	PRODUK PT. SINAR MAS ANDHIKA	29
3.4	PRODUK-PRODUK YANG DIIMPORT PT.SINAR MAS ANDHIKA	32

3.5	LINGKUP PROYEK PT. SINAR MAS ANDHIKA	33
3.6	NILAI-NILAI PERUSAHAAN	33
3.6.1	Kemitraan	33
3.6.2	Inovasi	33
3.6.3	Jaminan mutu	34

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1	DESAIN PENELITIAN	35
4.2	POPULASI PENELITIAN, RANCANGAN SAMPLING, DAN PROSEDUR SAMPLING	37
4.2.1	Populasi Penelitian	37
4.2.2	Rancangan Sampling	37
4.2.3	Prosedur Sampling	38
4.3	DESAIN KUESIONER	39
4.4	PENGUMPULAN DATA	41
4.5	HIPOTESIS PENELITIAN	43
4.6	ATRIBUT PENELITIAN DAN OPERASIONAL	44
4.7	KERANGKA PEMIKIRAN	45
4.8	METODE ANALISIS	47
4.8.1	Statistik Deskriptif	47
4.8.2	Uji Reliabilitas dan Validitas Kuesioner	48
4.8.3	Metode <i>Top Two Boxes</i>	49
4.8.4	Metode <i>Performance-Importance Analysis</i>	50
4.8.5	Metode <i>Customer Satisfaction Index</i>	51

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1	PROFIL RESPONDEN	54
5.1.1	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	54
5.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	55
5.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Berbisnis Kran	55
5.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan dalam Berbelanja Produk Yuta	56
5.1.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja dalam Sebulan	57
5.1.6	Profil Responden Berdasarkan Produk Yuta yang sering dibeli	57
5.1.7	Rangkuman Profil Responden	58
5.2	RATA-RATA KEPENTINGAN DAN KEPUASAN RESPONDEN	59
5.3	UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS	62
5.3.1	Uji Reliabilitas	62
5.3.2	Uji Validitas	65
5.4	METODE <i>TOP TWO BOXES</i>	69
5.5	METODE <i>PERFORMANCE-IMPORTANCE ANALYSIS</i>	71
5.6	METODE <i>CUSTOMER SATISFACTION INDEX</i>	81
5.7	HASIL PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN	87
5.8	PENGUJIAN HIPOTESIS	90

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 93

6.2 Saran 94

DAFTAR PUSTAKA xiv

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 2.2	Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	17
Gambar 4.1	Klasifikasi Desain Penelitian	37
Gambar 4.2	Kerangka Pemikiran	47
Gambar 5.1	Plot Rata-rata Kepentingan Responden	60
Gambar 5.2	Plot Rata-rata Kepuasan Responden	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Image</i> Toko	18
Tabel 4.1 Kategori Penilaian CSI	52
Tabel 5.1.1 Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	54
Tabel 5.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 5.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Berbisnis Kran	55
Tabel 5.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	56
Tabel 5.1.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja dalam Sebulan	57
Tabel 5.1.6 Produk Yuta yang sering dibeli	57
Tabel 5.1.7 Profil Responden	58
Tabel 5.1.8 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan Responden	59
Tabel 5.1.9 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan	62
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan	64
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Kepentingan	65
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan	67
Tabel 5.13 <i>Top Two Boxes Index</i>	70
Tabel 5.14 <i>Performance-Importance Analysis</i>	71
Tabel 5.15 <i>Customer Satisfaction Index</i>	81
Tabel 5.16 CSI untuk Atribut-Atribut Produk	82
Tabel 5.17 CSI untuk Atribut-Atribut Harga	83
Tabel 5.18 CSI untuk Atribut-Atribut Distribusi	84
Tabel 5.19 CSI untuk Atribut-Atribut Personal Selling	85

Tabel 5.20 CSI untuk Atribut-Atribut Promosi	85
Tabel 5.21 Rangkuman PIA, dan CSI	87
Tabel 5.22 Urutan Prioritas Atribut	90
Tabel 5.23 Prioritas Atribut	92

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Diagram <i>Performance-Importance</i>	51
Diagram 5.1 Diagram Kartesius Produk	72
Diagram 5.2 Diagram Kartesius Harga	73
Diagram 5.3 Diagram Kartesius Distribusi	75
Diagram 5.4 Diagram Kartesius <i>Personal Selling</i>	77
Diagram 5.5 Diagram Kartesius Promosi	79

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	L-1
LAMPIRAN B	L-6
LAMPIRAN C	L-12
LAMPIRAN D	L-26