

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah	4
1.3 Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Kerangka Penulisan	7
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	
2.1 Teori Kepuasan Pelanggan	9
2.2 Segmentasi	17
2.2.1 Segmentasi Berdasarkan Size of Wealth	18
2.2.2 Segmentasi Berdasarkan Umur Dan Siklus Hidup	18
2.2.2.1 Berpenghasilan Tetap + Menikah (Usia Antara 25 – 35)	18
2.2.2.2 Keluarga Muda (35-45)	18
2.2.2.3 Keluarga Mapan (46-60)	19
2.2.2.4 Hari Tua (> 60)	19
2.2.3 Segmentasi Berdasarkan Profesi	19
2.2.4 Segmentasi Berdasarkan Perilaku	20

2.2.5 Segmentasi Berdasarkan Lokasi	21
2.3 Menarik dan Mempertahankan Pelanggan	22
2.4 Investasi	25
2.5 Hipotesis Penelitian	26
2.6 Kerangka Pemikiran	27
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Profil PT.XYZ	28
3.2 Visi PT.XYZ	29
3.3 Misi PT.XYZ	29
3.4 Kultur	30
3.5 Produk dan Spesifikasi	30
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	
4.1 Jenis dan Periode Penelitian	32
4.2 Populasi Penelitian, Rancangan Sampling, dan Prosedur Sampling	32
4.2.1 Populasi Penelitian	32
4.2.2 Rancangan Sampling	33
4.2.3 Prosedur Sampling	33
4.3 Metode Analisis	34
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1 Analisis Responden	41
5.1.1 Analisis Profil dan Karakteristik Responden	41
5.1.2 Analisis Persepsi Responden	48
5.2 Analisis Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan	51
5.2.1 Analisis Rata-Rata Tingkat Kepuasan	51
5.2.2 Analisis Rata-Rata Tingkat Kepentingan	64

5.3 Analisis <i>Performance-Importance</i>	74
5.3.1 Analisis <i>Performance</i>	74
5.3.2. Analisis <i>Importance</i>	75
5.4 Analisis Regresi	78
5.4.1 Uji <i>R Square</i>	78
5.4.2 Uji-F	79
5.4.3 Uji-t	80
5.4.4 Cek Multikolinearitas	81
5.4.5 Model Analisa Regresi	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Gambar 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Gambar 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor-Faktor Berinvestasi	48
Gambar 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Image	49
Gambar 5.8 Persepsi Responden Berdasarkan Perusahaan	50
Gambar 5.9 Persentase Tingkat Kepuasan Responden Berdasarkan Dimensi	53
WMO	
Gambar 5.10 Persentase Tingkat Kepuasan Responden Berdasarkan Dimensi	55
Profil Perusahaan	
Gambar 5.11 Persentase Tingkat Kepuasan Responden Berdasarkan Dimensi	57
Biaya	
Gambar 5.12 Persentase Tingkat Kepuasan Responden Berdasarkan Dimensi	59
Prosedur	
Gambar 5.13 Persentase Tingkat Kepuasan Responden Berdasarkan Dimensi	61
Fasilitas	
Gambar 5.14 Persentase Tingkat Kepuasan Responden	63
Gambar 5.15 Persentase Tingkat Kepentingan Responden Berdasarkan Dimensi	65
WMO	
Gambar 5.16 Persentase Tingkat Kepentingan Responden Berdasarkan Dimensi	67
Profil Perusahaan	

Gambar 5.17 Persentase Tingkat Kepentingan Responden Berdasarkan Dimensi	69
Biaya	
Gambar 5.18 Persentase Tingkat Kepentingan Responden Berdasarkan Dimensi	71
Prosedur	
Gambar 5.19 Persentase Tingkat Kepentingan Responden Berdasarkan Dimensi	73
Fasilitas	
Gambar 5.20 Diagram Kartesius	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Transaksi PT. XYZ	4
Tabel 1.2 Biaya-Biaya PT. XYZ	5
Tabel 5.1 Hasil Karakteristik Responden	46
Tabel 5.2 Hasil Persepsi Responden	51
Tabel 5.3 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah dimensi WMO	52
Tabel 5.4 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah dimensi Perusahaan	54
Tabel 5.5 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah dimensi Biaya	56
Tabel 5.6 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah dimensi Prosedur	58
Tabel 5.7 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah dimensi Fasilitas	60
Tabel 5.8 Rata-rata Tingkat Kepuasan Nasabah	62
Tabel 5.9 Rata-rata Tingkat Kepentingan Nasabah dimensi WMO	64
Tabel 5.10 Rata-rata Tingkat Kepentingan Nasabah dimensi Perusahaan	66
Tabel 5.11 Rata-rata Tingkat Kepentingan Nasabah dimensi Biaya	68
Tabel 5.12 Rata-rata Tingkat Kepentingan Nasabah dimensi Prosedur	70
Tabel 5.13 Rata-rata Tingkat Kepentingan Nasabah dimensi Fasilitas	72
Tabel 5.14 Nilai Mean tingkat Kepuasan Terhadap 5 Dimensi	74
Tabel 5.15 Nilai Mean tingkat Kepentingan Terhadap 5 Dimensi	75
Tabel 5.16 Perhitungan skor X dan Y	76
Table 5.17 Pengujian R Square	78
Tabel 5.18 Uji F	79
Tabel 5.19 Uji t	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	L-1
LAMPIRAN B	L-3
LAMPIRAN C	L-8
LAMPIRAN D	L-9
LAMPIRAN E	L-11