

## Daftar Isi

Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Boba .....	8
2.2 <i>Tangible Assets</i> dan <i>Intangible Assets</i> .....	8
2.3 Bauran Pemasaran .....	9
2.4 Pengertian Merk .....	10
2.5 Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	11
2.5.1 Kesadaran Merek ( <i>Brand awareness</i> ) .....	12
2.5.2 Asosiasi Merek ( <i>Brand associations</i> ) .....	13
2.5.3 Persepsi Kualitas ( <i>Perceived quality</i> ) .....	15
2.5.4 Loyalitas Merek ( <i>Brand loyalty</i> ).....	17
2.6 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	17
2.7 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	19
2.8 Loyalitas pelanggan.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Ruang Lingkup dan Tahapan Penelitian .....	25
3.2.1 Ruang Lingkup.....	25
3.2.2 Tahapan Penelitian .....	25

3.3 Jenis dan Cara Pengumpulan Data .....	30
3.3.1 Data Primer .....	31
3.3.2 Data Sekunder .....	32
3.3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Pengolahan dan Analisis Data.....	34
3.4.1 uji validitas dan reliabilitas .....	34
3.4.2 penentuan tingkat kepuasan konsumen .....	35
3.4.3 Pengembangan Prioritas Perbaikan .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Profil Street Boba .....	38
4.2. Karakteristik Responden .....	39
4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	45
4.3.1. Uji Validitas .....	46
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.4. Penentuan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	49
4.5. Penentuan Prioritas Perbaikan.....	52
4.5.1. Kuadran I ( <i>Concentrate Here</i> ) .....	57
4.5.2. Kuadran II (Keep Up the Good Work).....	58
4.5.3. Kuadran III ( <i>Low Priority</i> ).....	58
4.5.4. Kuadran IV ( <i>Possible Overkill</i> ) .....	59
4.6 Saran dan Rekomendasi Perbaikan .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>

## Daftar Tabel

Tabel 4. 1. Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 4. 2. Hasil uji reliabilitas instrumen .....	48
Tabel 4. 3. Rentang Skala Kepuasan Konsumen .....	50
Tabel 4. 4. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI).....	51
Tabel 4. 5. Tabel Hasil Importance Performance Analysis (IPA) .....	53
Tabel 4. 6. Skor rata-rata untuk tiap kategori (kinerja dan kepentingan).....	55
Tabel 4. 7. Prioritas Perbaikan Tiap Atribut Kuadran I .....	60

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Preferensi <i>brand</i> bagi konsumen .....	4
Gambar 2. 1 Diagram Importance Performance Analysis (IPA) .....	22
Gambar 3. 1 Diagram Alir penelitian .....	26
Gambar 4. 1. Menu Kedai Street Boba .....	38
Gambar 4. 2. Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Gambar 4. 3. Persentase Responden berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 4. Persentase Responden berdasarkan Domisili .....	42
Gambar 4. 5. Persentase Responden berdasarkan Profesi.....	43
Gambar 4. 6. Persentase Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	44
Gambar 4. 7. Persentase Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	45
Gambar 4. 8. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis .....	57

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Variabel Kuesioner .....	75
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	77
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden .....	82
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Kepuasan Street Boba .....	87
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Kepentingan Street Boba .....	92
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	97
Lampiran 7 Tabel r Product Moment .....	100