

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pokok Permasalahan	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Hipotesis Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Metodologi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Pengertian Pemasaran	18
2.2. Pengertian Konsep Pemasaran.....	19
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2.4. Jasa	22
2.4.1. Definisi dan Karakteristik Jasa.....	22
2.5. Pemasaran Jasa	24
2.6. Perilaku Konsumen	28
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	28
2.6.2. Kerangka Analisis Perilaku Konsumen.....	31
2.6.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	31

2.6.3.1. Faktor Pengaruh Lingkungan.....	31
2.6.3.2. Perbedaan dan Pengaruh Individual.....	34
2.6.3.3. Proses Psikologis.....	36
2.6.4. Sikap Konsumen	37
2.6.4.1 Sifat dan Karakteristik dari Sikap	37
2.6.4.2 Sumber-sumber Pengembangan Sikap.....	39
2.6.4.3 Arti Penting Analisis Sikap dalam Pemasaran.....	41
2.7 Proses Keputusan Membeli	41
2.8 Kepuasan Konsumen.....	47
2.9 Pengertian Bank	48
2.10 Persepsi Nasabah Terhadap Pelayanan.....	52
2.11 Service Excellence	54
2.11.1. Sasaran <i>Service excellence</i>	56
2.11.2. Manfaat <i>Service Excellence</i>	56
BAB III DATA DAN PEMBAHASAN	58
3.1. Karakteristik Responden.....	59
3.1.1. Jenis Kelamin	59
3.1.2. Usia.....	60
3.1.3. Pekerjaan.....	61
3.1.4. Tingkat Pendidikan	62
3.1.5. Tingkat Penghasilan/Uang Saku Rata-rata Perbulan	63
3.1.6. Status Perkawinan.....	64
3.2. Analisis Validitas Butir dan Reliabilitas	64
3.2.1. Analisis Validitas (kesahihan) Butir	64
3.2.2. Analisis Reliabilitas (Keandalan)	67
3.3. Analisis Kinerja <i>Excellent Customer Service</i> pada Bank Mandiri Cabang Yogyakarta.....	67
3.3.1. Tingkat Kepentingan.....	68
3.3.2. Tingkat Kinerja	70



BAB IV PENUTUP	77
4.1. Kesimpulan.....	77
4.2. Rekomendasi.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1.	Empat Jenis Perilaku Membeli.....	42
TABEL 3.1.	Jenis Kelamin Responden	59
TABEL 3.2.	Usia Responden.....	60
TABEL 3.3.	Jenis Pekerjaan Responden	61
TABEL 3.4.	Tingkat Pendidikan Responden.....	62
TABEL 3.5.	Tingkat Penghasilan/Uang Saku	63
TABEL 3.6.	Status Perkawinan	64
TABEL 3.7.	Hasil Pengujian Validitas Butir dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	66
TABEL 3.8	Hasil Pengujian Validitas Butir dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	66
TABEL 3.9	Hasil Data Tingkat Kepentingan Nasabah.....	68
TABEL 3.10	Hasil Penilaian Tingkat Kepentingan Pelayanan.....	69
TABEL 3.11	Hasil Data Tingkat Kinerja <i>Customer Service</i>	70
TABEL 3.12	Hasil Penilaian Tingkat Kinerja <i>Customer Service</i>	72
TABEL 3.13	Nilai Rata-rata dan Tingkat Kesesuaian <i>Importance dan Performance</i>	73

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. Diagram Importance/Performance Matrik	15
GAMBAR 2.1. Perbedaan Antara Konsep Penjualan dan Pemasaran.....	20
GAMBAR 2.2. Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	25
GAMBAR 2.3. Model Rangsangan Tanggapan.....	30
GAMBAR 2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Kompleks	43
GAMBAR 2.5. Perilaku Konsumen Setelah Pembelian.....	45
GAMBAR 2.6. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Hasilnya.....	46
GAMBAR 2.7. Konsep Kepuasan Konsumen.....	48
GAMBAR 3.1. <i>Importance and Performance Matrix</i> Kinerja Jasa	68
GAMBAR 3.2. <i>Importance and Performance Matrix</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.A	Data dan Hasil Analisa Tingkat Kepentingan.....	84
LAMPIRAN 1.B	Data dan Hasil Analisa Tingkat Kinerja	87
LAMPIRAN 2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	90
LAMPIRAN 3	Surat Ijin Mengisi Kuesioner	94