

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Hipotesis	7
1.6. Metode Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2. Konsep Pemasaran	14
2.3. Kepuasan Konsumen	16
2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	16

2.3.2. Konsep Kepuasan Konsumen dan Pengukuran Kepuasan	19
2.3.3. Teori Kebutuhan Dasar	23
2.3.4. Proses Pengambilan Keputusan	24
2.4. Produk	26
2.4.1. Konsep Produk	27
2.4.2. Klasifikasi Produk	28
2.4.3. Siklus Hidup Produk	28
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Pengumpulan Data	30
3.2. Metode Pengambilan Sampel	31
3.3. Metode Analisis Data	32
3.3.1. Analisis Kualitatif	32
3.3.2. Analisis Kuantitatif	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	33
c. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen	34
e. Analisis Mean Importance-Performance	35
f. Uji Hipotesis	36
 BAB IV. ANALISIS DATA	
4.1. Hasil Penelitian Pra-Survey	37
4.2. Analisis Kualitatif	40



4.3. Analisis Kuantitatif	42
4.3.1. Uji Validitas	42
4.3.2. Uji Reliabilitas	46
4.3.3. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen	47
4.3.4. Analisis Mean Importance-Performance	53
4.3.5. Uji Hipotesis	58
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkiraan Pangsa Pasar Ponsel Dunia	3
Tabel 4.1. Atribut-Atribut yang Diyakini Konsumen	
Pengguna Ponsel Merek Nokia	37
Tabel 4.2. Urutan Atribut Pilihan Responden	38
Tabel 4.3. Karakteristik Responden	40
Tabel 4.4. Butir Pertanyaan atau Atribut yang Digunakan	43
Tabel 4.5. Uji Validitas Atribut Kinerja	44
Tabel 4.6. Uji Validitas Atribut Kepentingan	44
Tabel 4.7. Uji Validitas Atribut Harapan	45
Tabel 4.8. Nilai Koefisien Reliabilitas	47
Tabel 4.9. Kondisi Indeks Tingkat Kepuasan Konsumen	48
Tabel 4.10. Klasifikasi Skor Indeks Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.11. Nilai Rata-rata Kepentingan, Kinerja, Harapan, dan Gap Tiap Atribut	51
Tabel 4.12. Koordinat Salib Sumbu Analisis Importance-Performance	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Hirarki Maslow	23
Gambar 2.2. Proses Pengambilan Keputusan	24
Gambar 4.1. Rentang Skala yang Menunjukkan Kondisi Konfirmasi/Diskonfirmasi	50
Gambar 4.2. Peta Posisi Atribut	56