

11. Sahabat SMA 2 Yogyakarta, Adam, Risang, Dichie, Jalal, Krisna, Iben, Wuri, Newin, Sogie.
12. Sahabat KKN Ceria Kotagede Duta, Ombreng, Odong, Raina, Ferry, Nisa, Dea, Icrut, Damas, Soraya, Azka, Ame, Dhamar,
13. Seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
NASKAH SOAL	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	2
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III. LANDASAN TEORI	7
3.1. Pengertian Konsumen	7
3.2. Jenis-Jenis Konsumen	7
3.3. Kepuasan Konsumen	8
3.4. Kualitas Produk	10
3.5. Pengertian Pemasaran	12
3.6. Konsep Keputusan Pembelian	13
3.7. Metode Kano	17
3.8. Uji Validitas	21
3.9. Uji Reliabilitas	22
3.10. Jumlah Sampel	23
BAB IV. METODE PENELITIAN	24
4.1. Obyek Penelitian	24
4.2. Jenis dan Sumber Data	24
4.3. Metode Pengumpulan Data	25
4.4. Teknik <i>Sampling</i>	25