

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	<b>xvi</b>
<b>INTISARI</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	<b>14</b>
3.1. <i>Printer</i> Tiga Dimensi	14
3.2. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	14
3.2.1. Pemasaran	14
3.2.2. Manajemen Pemasaran	16
3.3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )	18
3.3.1. Produk	19
3.3.2. Harga	20

3.3.3. Promosi	21
3.3.4. Lokasi	22
3.4. Kualitas Pelayanan	23
3.5. Kepuasan Konsumen	25
3.6. Loyalitas Konsumen	27
3.7. Model Kano	29
3.8. Metode <i>Importance Performance Index</i> (IPA)	35
3.9. Integrasi Metode IPA dan Model Kano	38
3.10. Analisis Regresi Linier Sederhana	43
3.11. Metode Pengujian Kuesioner	45
3.11.1. Uji Validitas	45
3.11.2. Uji Reliabilitas	46
3.12. Analisis Statistik	47
3.13. Pengambilan Sampel	50
3.14. Uji Kecukupan Data	51
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	<b>53</b>
4.1. Objek Penelitian	53
4.2. Jenis dan Sumber Data	53
4.2.1. Jenis Data	53
4.2.2. Sumber Data	53
4.3. Alat yang Digunakan	54
4.4. Tahap Penelitian	54
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>60</b>
5.1. Pengumpulan Data	60
5.1.1. Data demografi	60
5.1.2. <i>Customer Voice</i>	60
5.1.3. Data tingkat kepuasan <i>functional</i> dan <i>disfunctional</i> atribut	63
5.1.4. Data tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut	63
5.1.5. Data evaluasi kepuasan dan loyalitas konsumen	63
5.2. Karakteristik Responden Penelitian	64
5.2.1. Karakteristik responden data berdasar jenis kelamin	64
5.2.2. Karakteristik responden data berdasar umur	64

5.2.3. Karakteristik responden data berdasar domisili	65
5.2.4. Karakteristik responden data berdasar pekerjaan	65
5.2.5. Karakteristik responden data berdasar jenis konsumen	66
5.3. Uji Kecukupan Data	67
5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	67
5.5. Klasifikasi Atribut dengan Model Kano	74
5.5.1. Klasifikasi Atribut Bauran Pemasaran Berdasarkan Model Kano	74
5.5.2. Klasifikasi Atribut Pelayanan Berdasarkan Model Kano	77
5.5.3. Koefisien Kepuasan Konsumen Untuk Kategori <i>Must-be</i>	77
5.5.4. Koefisien Kepuasan Konsumen Untuk Atribut <i>One Dimensional</i>	79
5.5.5. Koefisien Kepuasan Konsumen Untuk Atribut <i>Attractive</i>	82
5.5.6. Koefisien Kepuasan Konsumen Untuk Atribut <i>Indifferent</i>	84
5.6. Klasifikasi Atribut Berdasarkan Metode IPA	85
5.7. Integrasi Model Kano dan Metode IPA	92
5.8. Usulan Perbaikan	97
5.8.1. Bauran Pemasaran	99
5.8.2. Pelayanan	102
5.9. Analisis Regresi Linear Sederhana	102
5.9.1. Uji Asumsi Klasik	102
5.9.2. Uji Regresi Linear Sederhana	106
5.9.3. Uji Hipotesis	107
5.9.4. Validasi Model	108
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>111</b>
6.1. Kesimpulan	111
6.2. Saran	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>116</b>