

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR PERSAMAAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Bakpia	8
2.2 Perilaku Konsumen	9
2.3 Persepsi Konsumen	11
2.4 Keputusan Pembelian	12
2.5 Kepuasan Konsumen	14
2.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	18
2.7 <i>Customer Satisfaction Index</i>	22
2.8 <i>In Depth Interview</i>	23
2.9 Diagram Ishikawa	24
2.10 Strategi Pemasaran	25

BAB III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.3 Prosedur Penelitian	32
3.4 Diagram Alir Penelitian	48
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil Omahe Bakpia	50
4.2 Karakteristik Responden	51
4.3 Uji Instrumen Penelitian	57
4.4 Analisis <i>Customer Stisfaction Index</i>	62
4.5 Analisis Nilai Kesenjangan dan Tingkat Kesesuaian	66
4.6 Identifikasi Prioritas Perbaikan	70
4.7 Usulan Perbaikan Aktivitas Pemasaran	85
4.8 Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	94
4.1 Kesimpulan	95
4.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	99