

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
ABSTRAKSI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
1.7 Metodelogi Penelitian.....	5
1.8 Teknik Pengumpulan Data	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Gambaran Umum Institusi	7
2.1.1 Sejarah Institusi.....	7
2.1.2 Visi Koperasi “Kopma UGM”.....	8
2.1.3 Misi Koperasi “Kopma UGM”	9
2.1.4 Tujuan	10
2.1.5 Struktur Organisasi	10
2.1.6 Perangkat Organisasi	10

2.1.7	Produk dan Jasa	14
2.2	Tinjauan Pustaka	17
2.3	Metode Penelitian.....	40
2.3.1	Ruang Lingkup Penelitian	40
2.3.2	Populasi dan Sampel.....	40
2.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	41
2.3.4	Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	41
2.3.5	Teknik Pengolahan Data	42
BAB III		44
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		44
3.1	Gambaran Umum Responden.....	44
3.2	Tanggapan Responden	44
3.2.1	Indeks Tanggapan Responden Menurut Jasa Unggulan	45
3.2.2	Indeks Tanggapan Responden Menurut Sistem dan Pelayanan Pendukung	46
3.2.3	Indeks Tanggapan Responden Menurut Performa Teknis.....	47
3.2.4	Indeks Tanggapan Responden Menurut Interaksi Dengan Organisasi.....	48
3.2.5	Indeks Tanggapan Responden Menurut Elemen Emosional	50
3.2.6	Indeks Tanggapan Responden Menurut Frekuensi Belanja	51
3.2.7	Indeks Tanggapan Responden Menurut Nominal Setiap Transaksi...	52
3.2.8	Indeks Tanggapan Responden Menurut Kombinasi Lini Produk.....	53
3.2.9	Indeks Tanggapan Responden Menurut Rekomendasi Kepada Orang Lain.....	54
3.2.10	Indeks Tanggapan Responden Menurut Kekebalan Dari Tarikan Pesaing	55
3.3	Pembahasan	57

BAB IV	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
4.1 Kesimpulan.....	61
4.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 1 Struktur kepengurusan-Staf 2015/2016.....	10

DAFTAR BAGAN

	halaman
Bagan 2. 1 4R dari sudut pandangan baru tentang pemasaran.....	25
Bagan 2. 2 Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas.....	29
Bagan 2. 3 Pemicu Kepuasan Pelanggan Level 1	32
Bagan 2. 4 Pemicu Kepuasan Pelanggan Level 2	33
Bagan 2. 5 Pemicu Kepuasan Pelanggan Level 3	34
Bagan 2. 6 Pemicu Kepuasan Pelanggan Level 4	35
Bagan 2. 7 Pemicu Kepuasan Pelanggan Level 5	36

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Tabel Kepuasan, Loyalitas, dan Perilaku Tiap-Tiap Pelanggan	37
Tabel 3. 1 Unit Jasa yang Sering Dikonsumsi	45
Tabel 3. 2 Sistem dan Pelayanan Pendukung.....	46
Tabel 3. 3 Performa Teknis.....	48
Tabel 3. 4 Interaksi dengan Organisasi.....	49
Tabel 3. 5 Elemen Emosional	50
Tabel 3. 6 Frekuensi Belanja.....	51
Tabel 3. 7 Nominal Transaksi	52
Tabel 3. 8 Pembelian Antarlini Produk.....	53
Tabel 3. 9 Refrensi Kepada Orang Lain.....	54
Tabel 3. 10 Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing.....	56