

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Arti Pentingnya Pemasaran	16
2.2 Perilaku Konsumen	16
2.3 Sikap Konsumen	17
2.3.1 Pengertian Sikap.....	17
2.3.2 Struktur Sikap	18
2.3.3 Pembentukan Sikap.....	20
2.3.4 Karakteristik Sikap.....	21
2.4 Pengertian dan Karakteristik Jasa	22
2.4.1 Pengertian Jasa	22
2.4.2 Sifat dan Karakteristik Jasa.....	22
2.5 Kualitas Pelayanan	23
2.6 Mengelola Mutu Jasa	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data	27
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.2.1 Penelitian pustaka.....	27
3.2.2 Penelitian lapangan	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3.1 Variabel Independen (X).....	28
3.3.2 Variabel Dependen (Y)	29
3.4 Metode Penarikan Sampel.....	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel.....	31
3.4.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	31
3.4.2.2 Metode Pengambilan Sampel	32
3.5 Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	33
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.2 Uji Reliabilitas	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1 Analisis Kualitatif	34
3.6.2 Analisis Kuantitatif	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.2 Struktur Organisasi.....	37
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Kualitatif	40
4.4.1 Identitas Konsumen.....	40
4.4.2 Pendapat Responden	43
4.4.2.1 Kepercayaan Konsumen (bi)	43
4.4.2.2 Evaluasi Konsumen (ei).....	50
4.5 Analisis Kuantitatif	56
4.5.1 Analisis Multiatribut Fishbein.....	56
4.5.2 Analisis <i>Chi Square</i> dengan Menggunakan Tabel Silang (<i>crosstabulation</i>).....	61
4.5.2.1 Tabel Silang	61
4.5.2.2 Uji <i>Chi Square</i>	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN