

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xvi
DAFTAR ISTILAH	xvii
Bab I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	7
Bab II Landasan Teori.....	8
II.1 <i>Customer Value</i>	8
II.1.1 <i>Value Components Model</i>	8
II.2 Perilaku Pelanggan.....	11
II.3 Persepsi	12
II.3.1 Preferensi.....	12
II.4 <i>Positioning</i>	13
II.4.1 <i>Competitive Positioning</i>	14
II.5 <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	14
Bab III Metodologi Penelitian.....	18
III.1 Model Konseptual	18
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	19
III.2.1 Tahap Pendahuluan	21
III.2.2 Tahap Identifikasi.....	21

III.2.3 Tahap Pengumpulan data	25
III.2.4 Tahap Pengolahan Data.....	27
III.2.5 Tahap Analisis, Kesimpulan, dan Saran	29
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
IV.1 <i>Pretest</i> Tingkat Kepahaman Responden	30
IV.2 Hasil Uji Reliabilitas Atribut	31
IV.3 Pengolahan Data Hasil Kuesioner.....	31
IV.4 Pengolahan Data dengan Metode <i>Multidimensional Scaling</i>	35
IV.4.1 Pengambilan Data input	36
IV.4.2 Pemilihan Prosedur <i>Multidimensional Scaling</i>	40
IV.4.3 Penentuan Jumlah Dimensi	40
IV.4.4 Pelabelan Dimensi Dan Interpretasi Konfigurasi.....	43
IV.4.5 Penilaian Kecocokan Model	51
Bab V Analisis Data	53
V.1 Analisis Perbedaan Persepsi dan Preferensi.....	53
V.2 Analisis Peta Persepsi	53
V.3 Analisis Peta Preferensi.....	54
V.3.1 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Perceived Price</i>	55
V.3.2 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Tangible</i>	56
V.3.3 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Reliability</i>	57
V.3.4 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Responsiveness</i>	58
V.3.5 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Assurance</i>	59
V.3.6 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Empathy</i>	60
V.3.7 Analisis Peta Preferensi Berdasarkan <i>Corporate Image</i>	61
V.4 Rumusan Rekomendasi	62
V.4.1 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Perceived Price</i>	62
V.4.2 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Tangible</i>	63
V.4.3 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Reliability</i>	65
V.4.4 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Responsiveness</i>	66
V.4.5 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Assurance</i>	66
V.4.6 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Empathy</i>	67

V.4.7 Rumusan Rekomendasi Berdasarkan Atribut <i>Corporate Image</i> ...	68
Bab VI Kesimpulan dan Saran	69
VI.1 Kesimpulan	69
VI.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75