

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi	7
1.5.1 Batasan Masalah.....	7
1.5.2 Asumsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 UMKM.....	8
2.1.1 Pengertian UMKM.....	8
2.1.2 Kepentingan UMKM.....	8
2.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.2.1 Pengertian Pelanggan	9
2.2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
2.2.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	12
2.2.5 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2.6 Kepentingan Kepuasan Pelanggan	14
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	15
2.3 Kualitas	17
2.3.1 Pengertian Kualitas.....	17
2.3.2 Manajemen Kualitas.....	18
2.3.3 Biaya Kualitas	19

2.3.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas	20
2.3.5	Tujuan Pengendalian Kualitas	21
2.3.6	Langkah-langkah Pengendalian Kualitas	22
2.4	Kualitas Produk.....	24
2.4.1	Pengertian Kualitas Produk	24
2.4.2	Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.4.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
2.4.4	Kualitas Produk Yang Baik.....	26
2.4.5	Kualitas Produk Yang Buruk	27
2.4.6	Produk <i>Reject</i> /Cacat	28
2.5	Kualitas Pelayanan.....	29
2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	29
2.5.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	31
2.5.3	Karakteristik Kualitas Pelayanan	31
2.5.4	Faktor-faktor Yang Harus Diperhatikan Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan.....	32
2.5.5	Etika Dalam Pelayanan	33
2.5.6	Kualitas Pelayanan Yang Baik	34
2.5.7	Kualitas Pelayanan Yang Buruk.....	35
2.6	<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	36
2.7	<i>Important Performance Analysis</i> (IPA)	38
2.8	Penelitian Terkait.....	40
2.9	Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	Objek Penelitian.....	46
3.2	Prosedur Penelitian	46
3.3	Jenis Penelitian.....	48
3.4	Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1	Metode Pengambilan Populasi Sampel	48
3.4.2	Populasi	49
3.4.3	Sampel.....	49
3.5	Variabel Penelitian.....	50
3.5.1	Variabel Bebas (Independen)	50
3.5.2	Variabel Terikat (Dependen).....	52
3.6	Sumber Data.....	52
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	52

3.8 Teknik Pengolahan Data	53
3.8.1 Uji Validitas Data	53
3.8.2 Uji Reliabilitas	54
3.9 Teknik Analisis Data	55
3.9.3 Penentuan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	55
3.9.4 Penentuan <i>Important Performance Analysis</i> (IPA)	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengumpulan Data	57
4.1.1 Data Responden	57
4.2 Pengolahan Data	60
4.2.1 Uji Validitas	60
4.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.2.3 Uji Korelasi	65
4.3 Perhitungan CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) dan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	68
4.3.1 Perhitungan dan Penilaian CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>)	68
4.3.2 Penjabaran dan Penilaian IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84
RIWAYAT PENULIS	94